

Centro universitário de Brasília  
Instituto CEUB de Pesquisa e Desenvolvimento – ICPD

---

**Eliana Brant Rocha de Faria**

**ASPECTOS IDEOLÓGICOS DO DISCURSO DA  
MÍDIA IMPRESSA NA FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA  
SENADORA HELOÍSA HELENA**

**Brasília - DF**

**2006**

**ELIANA BRANT ROCHA DE FARIA**

**ASPECTOS IDEOLÓGICOS DO DISCURSO DA  
MÍDIA IMPRESSA NA FORMAÇÃO IDENTITÁRIA DA  
SENADORA HELOÍSA HELENA**

Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília (UniCEUB/ICPD) como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso de Pós-graduação *Lato Sensu*, na área de Língua Portuguesa – Texto e Discurso.

Orientadora: Profa. Janaína de Aquino Ferraz.

**Brasília - DF**

**2006**

"Há homens que lutam um dia e são bons.  
Há outros que lutam um ano e são melhores.  
Há os que lutam muitos anos e são muito bons.  
Porém, há os que lutam toda a vida.  
Esses são os imprescindíveis."

Bertolt Brecht

## **AGRADECIMENTO**

Durante os longos meses de duração desta empreitada, não foram poucas as dificuldades. Algumas vezes cheguei a pensar que eu não conseguiria ir até o fim. No entanto, eu não estava só, e todos os companheiros de jornada, cada um a seu modo, tiveram também de enfrentar seus próprios obstáculos. A todos os meus agradecimentos pelos bons momentos de convivência.

Aos meus companheiros de equipe, Graça, Veiga e Estela, amigos queridos, sempre dedicados, os meus especiais agradecimentos por terem compartilhado comigo desses momentos de trabalho duro e de aprendizado. Certamente com eles foi muito mais fácil chegar ao fim da jornada. Foi preciso coragem, mas aqui estamos e, certamente, mais preparados para melhor compreender e realizar nosso duro trabalho do dia a dia.

Agradeço a todos os professores, profissionais destacados e competentes, que se esforçaram para, por meio do estudo e da ciência, aumentar nossa consciência sobre as verdades infiltradas na linguagem e a refletir sobre elas de maneira mais crítica.

À Janaína, querida e competente orientadora, jovem de extraordinária capacidade e força de vontade, agradeço o empenho, a dedicação e a paciência que sempre teve comigo.

Agradeço também à minha família, aos meus queridos filhos que me inspiraram para que eu me lançasse nesta empreitada; e, de modo especial, agradeço ao meu companheiro, Tião, que esteve pacientemente à minha espera nos muitos momentos de ausência, acreditando sempre que eu teria êxito.

Chego ao fim desta jornada com a sensação do dever cumprido, com um inevitável sentimento de vitória. Foi difícil, mas valeu a pena!

## RESUMO

O poder da mídia na formação de mentalidades é inegável. A opinião pública forma-se na leitura dos vários discursos difundidos pela mídia que, no mundo contemporâneo, atingem cada vez maior número de pessoas. Todos nós sabemos que não há discurso neutro, que todos apresentam significação implícita e são repletos de ideologia. Este trabalho tem o intuito de trazer à luz as estratégias discursivas colhidas no conteúdo textual da entrevista, concedida pela Senadora Heloísa Helena à revista *Veja*, intitulada “O medo venceu”, que constitui o *corpus* deste trabalho, no sentido de revelar como os valores ideológicos, sociais, culturais e políticos da imprensa permeiam a construção de idéias e a formação de identidades pessoais, manipulando sentidos, gerando conceitos e atitudes no leitor. Para isso foram formuladas duas questões: Quais os aspectos ideológicos do discurso da mídia impressa que determinam a formação da identidade de Heloísa Helena? Quais as estratégias discursivas de que o entrevistador lança mão para determinar a identidade da Senadora Heloísa Helena? Para realizar este trabalho baseio-me nos fundamentos teóricos colhidos na Análise do Discurso Crítica e nos *modus operandi* de ideologia, quanto a conceituações e perspectivas de abordagem de análise. Do ponto de vista metodológico, a análise dos dados é feita com base nos princípios qualitativos de pesquisa. Entender os mecanismos da linguagem e trazer à luz os vários aspectos ideológicos implícitos nos textos difundidos pela mídia vai nos levar mais perto dos objetivos, das intenções e das motivações de seus produtores e, conseqüentemente, da realidade.

### **Palavras-chave:**

Discurso. Texto. Mídia. Ideologia. Identidade.

## ABSTRACT

The power of media on the formation of mentalities is undeniable. The public opinion is formed from several speeches disseminated by the media which, in the contemporary world, reaches each day a larger number of people. We all know there is no unbiased speeches as they all present implicit meaning and are replete with ideology. This paper intends to shed light on discursive strategies of discourse reaped on the textual content of the interview coffered by Sen. Heloísa Helena to *Veja* magazine, under the title “O medo venceu” (*The fear won*). This interview is the *corpus* of this paper as it demonstrates how ideological, social, cultural and political press values permeate the construction of ideas and the formation of personal identity; manipulating senses and engendering concepts and reader’s behaviour. To this aim, two questions were posed: Which ideological aspects of the discourse of the printed media determine the formation of the identity of Sen. Heloísa Helena? Which discursive strategies the interviewer rely on to determine Sen. Heloísa Helena’s identity? I base this paper on the theoretical basis harvested from *The Analysis of the Critical Discourse* and the ideology *modus operandi* concerning the conception and approach perspectives of analysis. As for the methodological point of view, the analysis of the facts is based on the qualitative principles of research. Understanding the language mechanisms and shedding light on the several ideological aspects embedded on texts speeded by the media will permit us to get closer to the aims, intentions and motivations of their producers and, consequently, to the reality.

### **Key Words:**

Discourse; Text, Media, Ideology, Identity.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1 O INÍCIO DA EMPREITADA .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Apresentação do objeto de estudo.....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 Tradição masculina na política brasileira.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 A Entrada da Mulher na Política.....</b>	<b>18</b>
<b>1.5 Brava Heloísa — Heloísa brava .....</b>	<b>22</b>
1.5.1 Figura feminina .....	22
1.5.2 Figura política.....	23
<b>1.6 Comunicação de massa .....</b>	<b>25</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>28</b>
<b>2.1 Discurso .....</b>	<b>29</b>
<b>2.2 Texto .....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 Identidade.....</b>	<b>33</b>
<b>2.5 Gêneros de discurso — Entrevista.....</b>	<b>40</b>
<b>3 A DEFINIÇÃO DA METODOLOGIA .....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 A seleção dos dados .....</b>	<b>45</b>
<b>3.2 Categorias de análise propostas por Fairclough.....</b>	<b>47</b>
3.2.1 Intertextualidade manifesta.....	47
3.2.2 Intertextualidade manifesta por meio de pressuposição.....	49
3.2.3 Intertextualidade manifesta por meio da ironia .....	50
3.2.4 Condições da prática discursiva .....	52
3.2.5 Polidez .....	52
3.2.6 Ethos .....	52
<b>3.3 Categorias analíticas propostas por Thompson.....</b>	<b>53</b>
3.3.1 Legitimação por meio da racionalização e da universalização.....	54
3.3.2 Fragmentação por meio da diferenciação.....	54
3.3.3 Unificação por meio da simbolização .....	55
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>56</b>
<b>4.1 Aplicação das Categorias de Fairclough .....</b>	<b>56</b>
4.1.1 Condições da prática discursiva .....	56
4.1.2 Intertextualidade manifesta por meio da ironia .....	57
4.1.2 Intertextualidade manifesta por meio da pressuposição.....	58
4.1.4 Polidez .....	59
4.1.5 Ethos .....	60
<b>4.2 Aplicação das Categorias de Thompson.....</b>	<b>61</b>
4.2.1 Legitimação por meio da racionalização.....	61
4.2.2 Fragmentação por meio da diferenciação.....	62
4.2.3 Unificação por meio da simbolização da unidade .....	63
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>65</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO I "O MEDO VENCEU" .....</b>	<b>72</b>

## INTRODUÇÃO

Verás que um filho teu não foge à luta.  
Joaquim Osório Duque Estrada

O objetivo principal deste trabalho é verificar como a mídia, na sua representação mais tradicional, a escrita, utiliza a linguagem textual para a formação de opiniões, de imagens e de identidades. No mundo moderno, o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa possibilita que as informações cheguem a um número cada vez maior de pessoas. No entanto, a mídia não apresenta apenas a realidade dos fatos, pelo contrário, ela mostra um recorte distorcido da realidade. Seus discursos passam por inúmeros filtros e se apresentam plenos de crenças, de valores éticos e morais e de ideologias que fazem parte da cultura em que estão inseridos os produtores do processo da mediação, sejam eles pessoas ou instituições.

Na verdade, os meios de comunicação de massa pretendem persuadir o leitor a comungar com a opinião que veiculam. A mídia constrói a realidade social e a re-significa por meio de elementos presentes no universo social. A compreensão e a interpretação da mensagem dependem da percepção do processo de informação e das condições sociais, culturais e cognitivas dos receptores. Decodificar as mensagens midiáticas, com base no entendimento dos mecanismos e dos processos de produção do texto, é de suma importância para aumentar a consciência de que a linguagem contribui para que se concretize a dominação de uma pessoa, ou de um grupo de pessoas, por outras. Esse entendimento é o primeiro passo para se alcançar a emancipação

“(...) a interpretação da ideologia pode servir para estimular a reflexão crítica sobre as relações de poder e de dominação, suas bases, seus fundamentos e as maneiras pelas quais são sustentadas”. (THOMPSON,1995, p. 38).

Constituem a base teórica de minha pesquisa a perspectiva tridimensional do discurso proposta por Fairclough e os *modus operandi* da ideologia de Thompson (1995). Apoio-me na Análise de Discurso Crítica (FAIRCLOUGH, 2001) não apenas como base teórica de uma corrente lingüística, mas também como método de estudo que propõe examinar as ideologias implícitas nos discursos.

Para realizar a pesquisa utilizei como fonte a entrevista publicada na revista *Veja*, na seção Páginas Amarelas, com a Senadora Heloísa Helena. É na análise direta do texto que vou encontrar os indícios que me levarão a compreender a intenção da mídia ao utilizar o léxico para construir a identidade da Senadora. A matéria intitulada “O medo venceu” permite a análise em três níveis: textual, discursivo e social. Além disso, as formas lingüísticas revelam pistas significativas e ideológicas inseridas na entrevista. Este trabalho está organizado em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, discorro sobre as idéias iniciais, tais como, o objeto do estudo, os objetivos e falo sobre a contextualização do tema e sobre os meios de comunicação de massa.

No segundo capítulo, exponho os conceitos e termos mais utilizados na monografia e apresento os pressupostos teóricos em que me baseei para realizar a pesquisa: a Análise de Discurso Crítica de autoria de Norman Fairclough (2001) e as concepções de identidade de Stuart Hall (2004), Tomás Tadeu da Silva (2002) e Anthony Giddens. (2002).

No terceiro capítulo, exponho os métodos empregados no presente trabalho. Registro os procedimentos que adotei para coletar e selecionar os dados para a análise e falo

sobre as categorias analíticas de Fairclough (2001) e dos *modus operandi* de Thompson (1995)

No quarto capítulo, passo à análise do texto propriamente dita, procurando enfatizar como os léxicos escolhidos contribuíram para a formação identitária da Senadora. Concluo o trabalho fazendo observações pertinentes sobre os resultados da análise, que podem jogar alguma luz sobre as verdadeiras intenções dos produtores de texto ao construírem os seus discursos.

# 1 O INÍCIO DA EMPREITADA

A raça humana vem saqueando a Terra de forma insustentável, e dar às mulheres maior poder de decisão sobre o futuro pode salvar o planeta da destruição. Relatório FNUAP, 2001.

Neste capítulo apresento algumas questões nas quais me baseio para elaborar este trabalho. Na seção 1.1, apresento o objeto de estudo; na seção 1.2, discorro sobre os objetivos do meu trabalho; na seção 1.3, teço algumas considerações sobre a predominância masculina na política brasileira na seção; na seção 1.4, falo da difícil caminhada da mulher em direção à vida política e sobre os primeiros passos dentro desta atividade pública; na seção 1.5, faço considerações sobre a Senadora Heloísa Helena; na seção 1.5.1, discorro sobre a sua vida privada da Senadora Heloísa Helena, que considero referência importante para o entendimento da sua trajetória na política nacional e na seção 1.5.2 falo sobre Heloísa Helena na condição de política. Finalmente, na seção 1.6, falo sobre os meios de comunicação de massa e do seu papel na sociedade.

## 1.1 Apresentação do objeto de estudo

Nos últimos anos, a mulher tem começado a ganhar destaque na vida pública nacional, assim como no resto do mundo, especialmente na área política. A Senadora Heloísa Helena é uma mulher que vem dando exemplo pela coragem de enfrentar obstáculos e de não

se dobrar ante as pancadas que tem recebido durante a vida, por isso chamou minha atenção e provocou minha admiração.

A entrevista “O medo venceu”, publicada nas páginas amarelas da revista *Veja*, é a comprovação da atuação destacada da Senadora, visto ser esta seção considerada um espaço nobre do referido semanário, que apresenta entrevistas com personalidades relevantes nas diversas áreas de atuação. Por isso escolhi este texto como *corpus* do trabalho que realizo, pesquisando as atividades lingüísticas e as ideologias que nelas estão implícitas.

O estudo será feito de acordo com a proposta das ciências sociais críticas que assumem a vida social como construída por meio de “práticas”. (CHOULIARAKI & FAIRCLOUGH, 1999 apud FERRAZ, 2005, p. 23). A linguagem é um dos eventos realizadores das práticas sociais que, em tempo e lugar determinado, representam de forma reflexiva a vida social e servem de instrumento para constituir as identidades sociais das pessoas que estão envolvidas tanto na sua produção como na sua leitura. Por isso, estudar textos significa empreender uma investigação sobre os processos constitutivos das práticas sociais, revelar ideologias implícitas, que são, na verdade, representações discursivas da perspectiva particular do produtor dos signos.

Visto que toda a forma de produção de texto é marcada por estruturas de poder e de ideologia, a linguagem constitui verdadeira fonte de dados para uma investigação significativa sobre os atos de criação lingüística nas práticas sociais pós-modernas. No mundo moderno é incomensurável o poder dos meios de comunicação de massa de fazerem circular as formas simbólicas, portanto, de formar opiniões e de construir identidades sociais.

Para poder chegar mais perto desta realidade, entender os mecanismos de construção da linguagem e trazer à luz os vários sentidos implícitos nos textos contidos na mídia impressa é que se justifica este trabalho feito por meio da Análise Crítica do Discurso.

Consideradas as razões da importância do estudo que pretendo empreender, dou seguimento à apresentação de meus objetivos.

## **1.2 Objetivos**

Meu objetivo geral ao fazer a análise desta entrevista é revelar como os valores ideológicos, sociais, culturais e políticos da imprensa permeiam e determinam a construção de idéias, imagens e identidades sociais e, desta forma, aumentar a consciência de como a linguagem contribui nesse sentido. Vou começar observando o que está explícito no texto, além de preocupar-me também com o que está implícito, ou seja, além da frase,

Nesse sentido, pretendo levantar as estratégias lingüísticas utilizadas pela entrevistadora Thaís Oyama e mostrar que, com o grande poder de difundir informações que tem a mídia no mundo contemporâneo, seu discurso é, em grande parte, responsável pela imagem das pessoas públicas, neste caso, da destacada figura da política brasileira, Senadora Heloísa Helena. Ao empreender este trabalho, tenho como objetivo específico responder as seguintes questões, que são norteadoras da minha pesquisa:

1 - Quais os aspectos ideológicos do discurso da imprensa que determinam a formação da identidade de Heloísa Helena?

2 - Quais as estratégias discursivas de que o entrevistador lança mão para determinar a identidade da Senadora Heloísa Helena?

Vou iniciar pela observação do texto, prosseguindo para a preocupação com o contexto e depois empreenderei estudos críticos do discurso e da prática social. Para isso tracei alguns objetivos específicos que passo a citar:

Em primeiro lugar, vou decodificar, por meio do estudo do léxico, as ideologias implícitas no discurso em análise;

Em segundo, trazer à tona as estratégias discursivas utilizadas pelo entrevistador para determinar a identidade de Heloísa Helena;

Finalmente, pretendo desenvolver uma reflexão sobre o papel da linguagem da mídia impressa na construção identitária de Heloisa Helena.

No presente capítulo, falei sobre o objeto desta pesquisa e os objetivos que pretendo alcançar ao elaborá-la. Passo agora a falar do contexto histórico-social em que está inserido o texto escolhido para estudo.

### **1.3 Tradição masculina na política brasileira**

As relações de força entre os gêneros tiveram início há 8 mil anos, nas sociedades de caça, quando a força era elemento determinante de vida da sociedade. Visto que o homem, fisicamente é mais forte, ele passou a exercer o papel de gênero dominante, e a mulher, de dominada. Essa dominação tornou-se hegemônica quando foram destinados aos homens os papéis de domínio público e às mulheres o papel de domínio privado nas sociedades organizadas. Os antigos gregos conceberam a idéia de cidadania como um atributo de homens

livres, as únicas pessoas aptas para atividades políticas. Enquanto isso, as mulheres, os servos e os escravos ficavam à margem dos assuntos de interesse público ou político.

Historicamente, então, a construção das identidades de homens e mulheres tem-se configurado a partir da dicotomia entre as esferas pública, orientadas para o homem, e privadas, território das mulheres. Nos dois casos, as atribuições de papéis, atitudes e valores eram previamente definidos para cada sexo como se fossem naturais.

O resultado disso é que em todo o mundo, a esfera política na qual se exerce o direito, a liberdade e se decide sobre os destinos de todas as pessoas ainda é um território dominado quase exclusivamente por homens e, por isso, é pautada pela maneira masculina de interpretar e conduzir o mundo. No Brasil essa situação não é diferente, no entanto, especialmente nas últimas décadas, as mulheres têm afirmado sua cidadania e começam a ascender a cargos mais importantes na administração pública brasileira. É o que mostro na seção seguinte.

## 1.4 A Entrada da Mulher na Política

A pequena participação das mulheres na vida política brasileira é uma triste realidade que compromete a construção da democracia no Brasil e até mesmo o seu desenvolvimento. Tal situação é resultado de um longo processo histórico que excluiu as mulheres da vida política nacional até meados do século passado. A nossa sociedade machista reservou para as mulheres quase que somente as funções domésticas, ou seja, cuidar da casa, do marido e dos filhos. Poucas conseguiam estudar, e entre essas, somente um número muito reduzido chegava a fazer um curso superior. Considerava-se que para elas bastava o Curso Normal, que as habilitava a serem professoras, a darem aulas, profissão com a qual, na verdade, davam continuidade às funções que exerciam no lar. Em consequência dessa longa história de discriminação, as mulheres historicamente ficaram ausentes da vida institucional. Tal fato aconteceu não só no Brasil, mas em todo o mundo. Também em outros países elas foram pouco valorizadas e muito injustiçadas.

A partir do século XIX começaram a surgir em nossas terras movimentos feministas que lutavam por direitos iguais aos dos homens. Esses movimentos surgiram de mulheres que tinham acesso à escolaridade, ou seja, as provenientes de famílias mais abastadas, de melhor condição social. Algumas poucas, no fim da década de 1880, conseguiram até se graduar, mas não conseguiam exercer sua profissão, pois não eram valorizadas como profissionais. Algumas dessas mulheres participavam, com seus pais ou seus maridos, ainda que de forma limitada, de círculos sociais e políticos. Começaram a perceber a importância da política na vida das pessoas. Os movimentos republicanos do final

do século despertaram os sentimentos libertários feministas e fortaleceu nelas o desejo a direitos políticos.

A Proclamação da República abriu às mulheres a possibilidade de ter voz ativa no cenário nacional, e elas passaram a lutar por sua valorização dentro do lar e fora dele. Reivindicaram mais respeito à condição feminina, direito à educação, inclusive a universitária, direito ao trabalho e ao voto, ou seja, à cidadania plena. Um número cada vez mais expressivo de mulheres passou a defender em praça pública o sufrágio feminino. No entanto, durante anos isso lhes foi negado com argumentos preconceituosos e machistas.

A Primeira Guerra Mundial fez com que se fortalecesse nas mulheres o desejo da igualdade de direitos com os homens, visto que milhões delas passaram a ser chefes da família, quando seus maridos foram para as frentes de batalha. Inicialmente essa foi uma conquista das européias e americanas, o que acirrou os movimentos pela causa sufragista.

Alguns políticos começaram a apoiar essa idéia. O Presidente Getúlio Vargas assumiu o poder em 1930 e seu governo, ao final de 1931, permitiu que alguns grupos de mulheres tivessem direito ao voto: mulheres solteiras, viúvas que tivessem renda própria, e mulheres casadas, desde que tivessem permissão do marido. Grupos feministas promoveram enorme grita para acabar com essa discriminação. Esses movimentos ajudaram as pessoas a terem consciência da importância de se conceder direitos políticos a todas as mulheres e de que essa negação era uma injustiça à mulher brasileira, assim como significava enorme atraso para o País..

Movimentos feministas em todo o mundo e também no Brasil, por volta dos anos 60, deflagraram intensa luta contra os valores patriarcais da sociedade: dominação e sobrevalorização do masculino e discriminação e subordinação do feminino. De lá para cá, o Governo começou a dar demonstrações de que compreendia a necessidade e importância de criar e implementar políticas públicas para melhorar a condição feminina.

No entanto, ainda é muito pequena a presença da mulher no cenário político brasileiro. E o mesmo acontece em todo o mundo. Considerados os Poderes Legislativo e Executivo, elas ocupam um percentual de pouco mais de 13% dos cargos eletivos. Não chegam a 10% dos parlamentares da Câmara Federal e do Senado da República. Nas Câmaras de Vereadores de todo o País a proporção é de 1 mulher para 37 homens e há apenas 171 prefeitas para mais de 5 mil Municípios.

É sabido que as mulheres fazem muita falta na política nacional. Está comprovado que praticamente só elas defendem questões relacionadas ao seu universo de interesse, por exemplo, questões relativas à saúde da mulher e da criança, à educação, questões sociais de modo geral. Principalmente para o Brasil, com sua enorme desigualdade, é muito importante que as mulheres cheguem a cargos eletivos ou administrativos, pois elas têm grande visão social. Aumentando-se o contingente feminino na política é de se esperar mais sensibilidade para as ações que irão ajudar milhões de necessitados do País. Por isso são meritorias as medidas que visam a aumentar a participação feminina na vida política nacional. Entre elas a implantação de cotas para mulheres na participação política. Esse dispositivo foi criado com o objetivo de produzir mudanças sociais a partir de princípios e valores de justiça, de ética e de desenvolvimento, no sentido de construir uma sociedade nova, justa e democrática. Para se obter êxito nesse intento, a gestão político administrativa deve ser dividida igualmente entre homens e mulheres.

Apesar de termos uma legislação moderna e igualmente avançada no que concerne à igualdade de direitos entre homens e mulheres, essa idéia ainda não foi acolhida em nossa sociedade, ela ainda não foi acolhida por nossa sociedade como prática social.

Nos últimos anos estamos assistindo a um número crescente de mulheres que desejam participar da vida política nacional. O quadro eleitoral mostra o crescimento do espaço a ser ocupado por elas. Em 2002, pela primeira vez tivemos uma candidata à Vice-

Presidência da República. Há algumas representantes do sexo feminino ocupando o cargo de Ministro de Estado. Também neste ano, pela primeira vez uma mulher ocupa a Presidência do Supremo Tribunal Federal. Dessa forma, é também a primeira vez que uma mulher tem possibilidade de se tornar a segunda pessoa na linha de sucessão presidencial.

Nas eleições deste ano, também pela primeira vez uma mulher, a Senadora Heloísa Helena, disputa a vaga de Presidente da República. Qualquer que seja o resultado obtido nas urnas, as eleições presidenciais de 2006 já garantiram a ela um espaço na história do País. Na opinião da Deputada Yeda Cruzius, que foi a primeira mulher a ocupar o cargo de Ministra de Estado, este fato é a consequência natural do reconhecimento da importante participação da mulher nas diferentes esferas do poder.

Enfim, cada dia aumenta a consciência de que as mulheres vão contribuir com muita força para devolver o respeito, a ética e a dignidade a essa área que está tão desacreditada atualmente. A sensibilidade feminina vai ajudar a mudar a realidade social e política do Brasil e certamente trará benefícios nossa democracia.

## 1.5 Brava Heloísa — Heloísa brava

Nunca confie numa mulher que diz a idade porque ela é capaz de dizer qualquer coisa. Oscar Wilde

### 1.5.1 Figura feminina

Heloísa Helena nasceu em Pão de Açúcar, Estado de Alagoas, no dia 06 de junho de 1962. Quando tinha 2 meses de idade perdeu o pai, e o irmão mais velho foi assassinado quando ainda era menino. Ela e outro irmão foram criados pela mãe, viúva, com muita dificuldade e dureza.

Heloísa era uma menina muito danada, mas muito doente. Sua saúde era tão fraca que a mãe temia que ela não sobrevivesse. Mas sobreviveu e tornou-se o símbolo da luta contra as injustiças sociais. É mãe de dois rapazes dos quais muito se orgulha. Vive com os filhos, um gato e um cachorro em apartamento funcional em Brasília. Em casa, fala manso e cultiva cactos. Chama seus amigos de “flor”. Tem uma aparência franzina, simples e austera. Esconde-se atrás dos óculos de míope e está sempre de calças jeans, camisa branca e cabelo preso.

Criou para si uma imagem dura. Heloísa Helena parece desejar que só vejam nela uma pessoa séria e temida. Já ameaçou vários colegas de trabalho e enfrenta quem a desacata, física e verbalmente, sem papas na língua. Com sua língua ferina não leva desaforo para casa.

Formou-se em Enfermagem e tornou-se professora da Universidade Federal de Alagoas. Desde que entrou na política e assumiu cargos públicos, está licenciada, sem vencimentos.

### **1.5.2 Figura política**

Heloísa Helena deu início à sua carreira política em movimento estudantil e, posteriormente, passou para o movimento docente e sindical. Foi militante da CUT e do movimento dos trabalhadores rurais e entrou no PT porque este partido tinha um lado social pelo qual simpatizava. Apoiou os movimentos dos sem terra e dos sem teto; apoiou movimentos do funcionalismo público estadual.

Em 1992 foi eleita vice-prefeita de Maceió pela coligação PSB/PT. Sua vitória significou a primeira grande derrota política das oligarquias alagoanas na Prefeitura daquela Capital. Depois de um ano como vice-prefeita foi eleita como primeira deputada estadual do PT. A Assembléia Legislativa à época era vinculada ao crime organizado, contra o qual empreendeu uma grande luta que acabou derrubando o Governador Divaldo Suruagy. Na qualidade de membro da CPI do Crime Organizado em Alagoas, denunciou e enfrentou organizações criminosas dentro de órgãos da segurança pública do Estado e lutou contra a violação dos direitos humanos.

Em outras palavras, esteve sempre em defesa dos mais fracos e necessitados, dos interesses coletivos, da ética pública e contra os privilégios políticos de governadores e parlamentares. Sua representação foi eminentemente popular. Cuidou com afinco dos interesses do povo que a elegeu, principalmente das causas relativas à saúde, educação e

reforma agrária. Lutou com muita garra pelo seu povo e chegou mesmo a enfrentar forças repressivas e policiais do Estado.

Em 1998 teve de abrir mão de sua candidatura ao Governo de Alagoas, em favor de Ronaldo Lessa, como exigência do partido dele, o PSB, para apoiar Lula da Silva para a Presidência da República. Candidatou-se, então, a uma vaga no Senado Federal. Foi eleita a primeira senadora de Alagoas, com mais de 370 mil votos. No Senado, destacou-se pela forma com que combateu a política neoliberal de Fernando Henrique Cardoso. Sua presença foi sempre marcante naquela casa de leis, o que a credenciou para ser escolhida para líder do PT, seu partido, e do bloco de oposição. Foi uma das mais ferrenhas defensoras do PT e de Luís Inácio Lula da Silva

Em 2002, embora estivesse em primeiro lugar nas pesquisas, novamente desistiu da candidatura à governadora do Estado porque não aceitou a aliança do PT com o PL. Segundo diz a Senadora, sua cota de engolir política de alianças para ajudar o PT já havia se esgotado.

Eleito o Presidente Lula, o novo Governo, com vistas a conseguir o apoio político de que precisava, começou a adotar posições que estavam em completo desacordo com o discurso que sempre tivera. Essa atitude levou a Senadora a fazer críticas severas ao PT e a seus dirigentes. Ela não aceitou a indicação de Henrique Meirelles, para ela, representante do capital estrangeiro, para a presidência do Banco Central e, por causa disso, teve desentendimentos com o Ministro José Dirceu, à época um dos principais pilares do governo. Também não se conformou com a reforma da Previdência Social, principalmente porque, para aprová-la, o Governo Lula teve de fazer inúmeras concessões. Enfim, muitos foram os pontos de discórdia. Dessa forma, Heloísa Helena desobedeceu a orientações do partido em votações no Congresso Nacional, afrontou seus dirigentes e acabou expulsa do PT.

É uma das parlamentares mais combativas que o País já teve e, com esse espírito aguerrido, tornou-se a senadora mais famosa da República Criou então o seu próprio partido, o PSOL, a primeira mulher a fundar um partido no Brasil e também a primeira mulher a concorrer ao mais alto posto eletivo do país, aos 43 anos de idade.

Em novembro de 2005, a revista Forbes Brasil (FORBES apud UOL Eleições, 2006) a elegeu a mulher mais influente na política brasileira. Em dezembro foi escolhida como Personalidade do Ano de 2005 por profissionais de comunicação.

Heloísa Helena hoje faz sucesso onde vai. Tem sempre de parar na rua para dar autógrafos, receber flores, falar com a população. É a campeã em recebimento de cartas e e-mails do Senado, recebe elogios, críticas, pedidos de casamento e suscita curiosidade. Sua candidatura já começa a incomodar. Segundo os especialistas ela é que decidirá se haverá ou não o segundo turno das eleições.

## **1.6 Comunicação de massa**

No mundo moderno é cada vez mais importante o papel dos meios de comunicação para fazerem circular as formas simbólicas, ou seja, ações, falas, imagens e textos, entre outros, produzidos e reconhecidos como construtos significativos e que são parte constitutiva das relações sociais.

A partir do século XIX, impulsionadas pelo desenvolvimento do capitalismo e do surgimento de novas tecnologias, os meios de comunicação assumiram diferentes formas e a abrangência da circulação das formas simbólicas atingiram proporções nunca vistas na

história universal, propiciando a que muitas vezes elas cheguem aos receptores no instante em que os fatos acontecem. Isso se deve aos chamados meios de comunicação de massa, ou mídia, que exercem papel fundamental, crescente e onipresente na vida moderna. Em todos os momentos do dia ou da noite, durante todos os dias, jornais, revistas, rádio, televisão, outdoors, propagandas e outros apresentam uma variedade imensa de mensagens, por meio de palavras, imagens, idéias, a praticamente todas as pessoas do mundo. Por isso a mídia é um dos fatores constitutivos mais importantes da sociedade moderna.

O conhecimento que temos dos fatos mais comuns aos mais relevantes nos são transmitidos sempre pelos meios de comunicação de massa. É pela mídia que somos informados da política, do comportamento ou atitudes dos políticos, dos feitos do governo, das informações práticas como dia e local de votação ou de vacinação, entre outras. A chegada dos meios de comunicação de massa transformou os modos de experiência e os padrões de interação característicos das sociedades modernas. (THOMPSON, 1995, p.285).

São inúmeros os benefícios que trouxeram ao mundo essa moderna forma de comunicação. No entanto, a mídia é instrumento poderosíssimo de controle das sociedades modernas, visto que, por seu intermédio, os grupos dominantes e os detentores do poder espalham suas idéias e ideologias, neste caso referindo-se aos modos pelos quais o sentido é usado para sustentar relações de poder e de dominação.

Vivemos, hoje, em sociedades onde a produção e recepção das formas simbólicas é sempre mais mediada por uma rede complexa, transnacional, de interesses institucionais. (THOMPSON, 1995, p.12)

A rápida proliferação de instituições de meios de comunicação e o crescimento de meios de transmissão tornam as formas simbólicas mercantilizadas acessíveis a um grupo cada vez maior de receptores. Esse processo é chamado por Thompson (1995) de mediação da cultura moderna. Sua compreensão é fundamental para se entender o mundo de hoje, no qual

“as experiências das pessoas está cada vez mais mediada por sistemas técnicos de produção e transmissão simbólica”.

É apenas com o desenvolvimento da comunicação de massa que os fenômenos ideológicos podem se tornar fenômenos de massa, isto é, fenômenos capazes de afetar grande número de pessoas em locais diversos e distantes. Se a comunicação de massa tornou-se o meio mais importante para a operação de ideologia nas sociedades modernas, isso é devido ao fato de ela se ter transformado num meio importante para a produção e transmissão de formas simbólicas, e porque as formas simbólicas assim produzidas são capazes de circular numa escala sem precedentes, alcançando milhões de pessoas que compartilham pouco em comum além da capacidade de receber mensagens mediadas pelos meios. (THOMPSON, 1995, p.31)

Neste capítulo discorri sobre o objeto do meu trabalho, os objetivos que pretendo alcançar com esta pesquisa e tecer considerações sobre a nova posição que começa a ocupar a mulher na modernidade que tradicionalmente pertence ao homem. Passo ao Capítulo 2, no qual apresento as bases teóricas que utilizo no meu trabalho.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A linguagem serve para confirmar e consolidar as organizações que a moldam. Fowler.

A língua não é um sistema ideológico neutro, pelo contrário, é nela que se dão os confrontos ideológicos. Sua materialidade é reconhecida por posições subjetivas e sociais de toda espécie. O discurso é, pois, o locus principal para se analisar a articulação entre o fenômeno lingüístico formal e os processos ideológicos de construção semântica. (SGARBIERI, 2005).

A Análise Crítica do Discurso surgiu do desejo de um grupo de lingüistas de criar um método que aliasse as teorias lingüísticas, sociológicas e políticas, o que, para eles, era a única maneira de se estudar verdadeiramente a linguagem. Fairclough (2001). Seu objetivo era mostrar como as práticas discursivas estão ligadas às estruturas sócio-políticas de poder e de dominação.

De acordo com Fairclough (2001, p. 22) “qualquer evento discursivo é considerado simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social” e ainda, que sua teoria é crítica porque visa a “explorar relações de causalidade e de determinação”.

Depois dessas considerações, passo agora a falar sobre os conceitos de discurso, mostrando, a partir da observação do texto, uma preocupação não só com o que não está claro ou explícito, mas também com o que nele está implícito. Discorro ainda sobre texto, ideologia e identidade.

## 2.1 Discurso

Discurso é um conceito difícil porque há muitas definições conflitantes e sobrepostas, formuladas de várias perspectivas teóricas e disciplinares. (FAIRCLOUGH, 2001). Este autor tem uma proposta em relação à significação do discurso: "uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou como reflexo de variáveis situacionais". (FAIRCLOUGH, 2001, p.90).

Nesse sentido o discurso é, em primeiro lugar, "a forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação".

Em segundo lugar, isso "implica uma relação dialética entre o discurso e a estrutura social, existindo mais geralmente tal relação entre a prática social e a estrutura social. Dessa forma, o discurso é moldado e restringido pela estrutura social, pelas classes sociais e por outras relações sociais..

Fairclough (2001) defende ainda o discurso como prática política e ideológica. Como prática política, ele estabelece, mantém e transforma as relações de poder e as entidades coletivas nas quais existem tais relações. Como prática ideológica, o discurso constitui, naturaliza, mantém e transforma os significados de mundo nas mais diversas posições das relações de poder.

Fairclough distingue três aspectos dos efeitos construtivos do discurso:

1. O discurso contribui para a construção do que é chamado de "identidades sociais" e posições de sujeito par os sujeitos sociais e os tipos de "eu".
2. Os discursos contribuem para manter as relações sociais entre as pessoas.

3. O discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença.

De acordo com Fairclough (2001), na ACD, o discurso é visto como um tipo de prática social, de representação e de significação do mundo. Nesta teoria o discurso é ainda visto como constituinte do social, como um modo de ação, pois é uma das maneiras pelas quais as pessoas podem agir sobre o mundo e sobre os outros. É visto também como forma de representação, pois nele valores e identidades são representados de forma particular.

O termo discurso foi até agora visto como prática social, no entanto, a ACD o estuda também como prática discursiva. Nesta acepção, ele não se opõe à prática social. “A primeira é uma forma particular da última”. (FAIRCLOUGH, 2001, p.99).

A análise de determinado discurso como prática discursiva focaliza os processos de produção, distribuição e consumo textual.

A concepção tridimensional do discurso é uma tentativa de reunir três tradições analíticas, cada uma delas indispensável na análise do discurso: a análise do texto, da prática discursiva e a da prática social. Os procedimentos relativos à análise textual são tratados como “descrição” e os que tratam das práticas discursiva e social são chamados de “interpretação”.

Passo agora a conceituar o termo “texto”.

## 2.2 Texto

O discurso é um grande instrumento de poder e controle e analistas críticos/as têm consciência que é seu papel investigar, revelar e esclarecer como o poder e valores discriminatórios estão inscritos e mediados através do sistema lingüístico.

Caldas-Coulthard and Coulthard, 1996

Mesmo nos quadros da Lingüística Textual, que tem como objeto de estudo o texto, o seu conceito varia conforme o autor ou a orientação teórica adotada. (KOCH, 2005, p.25).

Defende-se, no entanto, de que textos são resultado da atividade verbal de indivíduos socialmente atuantes, na qual eles coordenam suas ações no intuito de alcançar um fim social, de conformidade com as condições sob as quais a atividade verbal se realiza.(KOCH, 2005).

Para Koch, o conceito de texto depende das concepções de língua e de sujeito. Se língua for considerada como representação do pensamento e sujeito como o dono de suas ações e palavras, o texto é visto como produto do pensamento de uma pessoa, um emissor, autor ou produtor. Neste caso, o receptor apenas recebe a representação mental do produtor. Seu papel neste caso é passivo.

Em outro caso, se a língua for considerada código, instrumento de comunicação, o sujeito como pré-determinado pelo sistema, o texto é considerado um simples produto codificado pelo emissor para ser decodificado pelo receptor. Neste caso o decodificador é passivo.

Na concepção interacional de texto, na qual os sujeitos são considerados atores ou construtores sociais, o texto é considerado o lugar da interação, os interlocutores são

considerados sujeitos ativos. Neste caso, a língua é tida como uma atividade interativa e complexa na produção de sentidos. A palavra texto refere-se a qualquer enunciado, oral ou escrito, longo ou curto, antigo ou moderno que se concretiza numa cadeia sintagmática num evento discursivo.

Para Schmidt (1978, apud KOCH, 2005), o texto é “qualquer expressão de um conjunto lingüístico numa atividade de comunicação — no âmbito de um jogo de atuação comunicativa”, e Beaugrande (1997, apud AQUINO, 2005, p.17) diz que “texto é um evento comunicativo no qual convergem ações lingüísticas, cognitivas e sociais”, o que, de acordo com Bakhtin, é um evento dialógico de interação entre sujeitos sociais.

Marcuschi trata o objeto de estudo da Lingüística textual como o estudo das operações lingüísticas e cognitivas controladoras da produção, construção, funcionamento e recepção de textos escritos ou orais. (KOCH, 2005, p.27).

Muitos autores conceituaram texto, mas repetindo, esta é uma tarefa complexa, tendo em vista a abrangência de termos que estão ligados à sua significação, mas ele se configura pela organização de sentidos, por sua rede de relações, coerência, coesão e completude da mensagem. É por meio de textos que o discurso se manifesta. Qualquer passagem falada ou escrita, independentemente de sua extensão, que constitua um todo significativo efetiva-se em um texto.

No entanto, o texto é um sistema de significado aberto que dá margem a uma variedade de sentidos que são construídos no momento da interação com o leitor. Dessa forma cada leitor ou ouvinte completa o sentido do texto de acordo com sua história de vida. O texto é um tecido tramado a cada contato com o leitor, em cada momento histórico e contexto sociocultural, sendo as suas teias constituídas de implícitos que surgem do explícito e do revelado. (DELL'ISOLA, 2001, apud FERREIRA; DIAS, 2005, p 1). O texto é, pois, o mediador do ato comunicativo ou da mensagem do emissor para o receptor.

## 2.3 Identidade

As rápidas mudanças que as sociedades contemporâneas têm experimentado nas últimas décadas, especialmente no que diz respeito aos efeitos da globalização, nos levam a repensar a questão do sujeito, da identidade e da cultura, agora no contexto da midiaticização impulsionada pelas novas tecnologias da comunicação e da informação e pelo mercado. Sodré.

Empreender estudos discursivos significa dispor-se a entender como se dá a formação das identidades na pós-modernidade, uma formação que se apresenta fragmentada. Stuart Hall (2004) afirma que “a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo ‘imaginário’ ou fantasiado sobre sua unidade”.

Giddens (2002), por sua vez, afirma que a identidade é construída por meio da linguagem. E a língua é a primeira matriz de identidade social de uma pessoa. Um indivíduo é formado por meio de sua identidade pessoal e mais as identidades nacional, étnica, sexual e interpessoal. Identidade é, então, aquilo que somos.

A identidade, individual ou coletiva, é uma construção social produzida a partir de operações de identificação e diferenciação. Na concepção de Woodward (2000), as identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas, portanto, elas são relacionais. Ela é sustentada pela exclusão e é marcada por meio de símbolos e representações. No entanto, é preciso não esquecer, como adverte Woodward (2000), que a construção da identidade é tanto simbólica quanto social, mas a luta para afirmar as diferentes identidades tem causas e conseqüências materiais. Essa pesquisadora defende também que o social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades.

A mídia, explica a autora, é uma das instituições que podem construir novas identidades, identidades das quais os sujeitos podem se apropriar e podem reconstruir para seu uso. Nesse sentido, os sujeitos são constrangidos não apenas pelas identidades que a cultura oferece, mas também pelas relações sociais que se estabelecem.

Stuart Hall (2004) mostra três diferentes etapas históricas no percurso da identidade: a primeira é a do indivíduo do período do Iluminismo, que é dotado de capacidade de razão, de consciência e de ação. Neste caso a identidade é o centro da sua própria pessoa.

A etapa seguinte é a do sujeito em relação com os outros indivíduos, o sujeito sociológico, em cujo modelo, quase todos nós do mundo atual fomos gerados. Esse modelo de identidade ensina que o núcleo interior do sujeito não é autônomo nem auto-suficiente, pois é formado em relação a outras pessoas que são importantes para ele e que lhe passam a cultura, ou seja, os valores, os sentidos, os símbolos. Esta é uma concepção interativa, segundo a qual a identidade é formada na interação do “eu” com a sociedade. O indivíduo tem o seu “eu” real que é modificado pelo contínuo diálogo com os “eus”, as identidades, dos indivíduos da sociedade em que convive. Ao mesmo tempo, ele transmite à sociedade sua própria identidade. A cultura é um campo de produção de significados no qual os diferentes grupos sociais, situados em posições diferenciais de poder, lutam pela imposição de seus significados à sociedade mais ampla. A cultura é, nessa concepção, um campo contestado de significação. (SILVA, 2000, p.133-134).

O terceiro modelo, segundo Hall (2004) é o mais novo, o do sujeito pós-moderno, no qual “a identidade torna-se uma celebração móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. Esse sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos. Essas

identidades não são unificadas em redor do “eu”, elas se fragmentam e muitas vezes se contradizem.

À medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar — ao menos temporariamente. (HALL, 2004, p.13).

Os dois primeiros tipos de identidade, que permitiram a estabilidade do mundo social, estão, pois, em declínio e provocam o que Hall chama de “crise de identidade”. Como afirma Mercer, “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (MERCER, 1990 apud HALL, 2004). Esse processo produz o sujeito pós-moderno, o da modernidade tardia, que não tem identidade fixa, essencial ou permanente. Este indivíduo fica muito exposto a novas formas simbólicas que são propagadas em todo o mundo por meio da indústria da cultura e pelos mais modernos e velozes meios de comunicação, a mídia, o que tem provocado a intensa mutação dos princípios identitários e a desvinculação dos princípios que ligavam o indivíduo à sua sociedade. De acordo com Montiel (2006 apud LEAL, s/n) “já não são os espaços comunitários e a história compartilhada os que conformam sua identidade, mas uma pluralidade de símbolos desarraigados”.

No entanto, é o seu padrão identitário conectado aos diversos comportamentos e valorizado pelos meios de comunicação que vai permitir ao indivíduo atingir o reconhecimento social.

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global dos estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas –

desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de “supermercado cultural”. (HALL, 2001, p.75).

A mídia, ao repassar diferentes idéias de diferentes pessoas e de diferentes grupos sociais, proporciona, por um lado, um enfraquecimento da identificação dos indivíduos com suas próprias culturas e, de outro, o reforçamento da identificação com outras culturas. É o que forma a identidade.

Nesta seção, discorri sobre o conceito de identidade e como ela se forma, chamando a atenção para o importante papel da mídia na formação identitária das pessoas. Passo na próxima seção a falar sobre o conceito de ideologia e de que forma ela é usada para estabelecer e manter relações de poder e dominação.

## 2.4 Ideologia

A linguagem serve para confirmar e consolidar as organizações que a moldam.  
FOWLER

Nesta seção pretendo é esclarecer aspectos da terceira dimensão da teoria tridimensional: o discurso como prática social, cujo objetivo é trabalhar ideologia e hegemonia.

A língua não é um sistema ideológico neutro. Ela é o lugar em que se dão os confrontos ideológicos. Sua materialidade é na por posições subjetivas e sociais de toda espécie.. O discurso é, pois, o lócus principal para se analisar a articulação entre o fenômeno lingüístico formal e os processos ideológicos de construção semântica. (SGARBIERI, 2004).

A Análise Crítica do Discurso surgiu do desejo de um grupo de lingüistas de criar um método que aliasse as teorias lingüísticas, sociológicas e políticas, o que, para eles, era a única maneira de se estudar verdadeiramente a linguagem. Fairclough (2002). Seu objetivo era mostrar como as práticas discursivas estão ligadas às estruturas sócio-políticas de poder e de dominação.

De acordo com Fairclough (1922, p. 22) “qualquer evento discursivo é considerado simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social”. Fairclough diz que sua teoria é crítica porque visa a “explorar relações de causalidade e de determinação”.

Passo a falar sobre os conceitos de discurso, mostrando, a partir da observação do texto, uma preocupação com o que não está claro ou explícito na frase, mas sim o que nela está implícito. Discorro ainda sobre texto, contexto, ideologia e identidade.

Os textos são com frequência arenas de combate que mostram as pistas dos discursos e das ideologias encontradas que contenderam e batalharam pelo predomínio (WODAK, 2003, apud quem, data, página).

O termo ideologia foi primeiramente usada pelo filósofo francês Destutt de Tracy em 1796 para significar ciência das idéias. Posteriormente reapareceu com a teoria geral de idéias de Marx e Engels no século XIX, trazendo duas idéias principais: a primeira, de que ideologia é uma representação do mundo baseada nos pontos de vista da classe dominante, a que detém os meios de produção, ou seja, a riqueza; a segunda, de que esta representação é distorcida da realidade porque ela não representa os interesses das classes dominadas, da humanidade como um todo, mas o seu próprio interesse. (GUEDES, 1999). A ideologia representa papel importantíssimo na manutenção das relações de dominação e essa dominação dá por meio da linguagem.

Para a ACD, a linguagem não é poderosa em si mesma, ela adquire poder pelo uso que fazem dela os detentores do poder.

Do surgimento da concepção de ideologia até os dias atuais, muitos autores se dedicaram a esse tema. As abordagens críticas, segundo Fairclough, mostram como o “discurso é moldado por relações de poder e ideologias e os efeitos construtivos que o discurso exerce sobre as identidades sociais, as relações sociais e os sistemas de conhecimento e crença” que normalmente não são aparentes para os participantes do discurso.

Fairclough (2001) estabelece as teorias sociais que sustentam a Análise Crítica do Discurso. Na teoria tridimensional, que tem o discurso como prática social, Fairclough toma como referência três importantes asserções.

Primeiro, a ideologia tem existência material nas práticas das instituições. Esta abre o caminho para investigar as práticas discursivas como formas materiais de ideologia.

Segundo, a ideologia ‘interpela os sujeitos’, que leva à concepção de que um dos mais significativos ‘efeitos ideológicos’ que os lingüistas ignoram no discurso (ALTHUSSER, 1971 apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 117), é a constituição dos sujeitos.

Terceiro, os aparelhos ideológicos do Estado, como a escola e a mídia são locais e marcos delimitadores na luta de classe, que apontam para a luta no discurso e subjacente a ele com foco de uma análise de discurso orientada ideologicamente.

Fairclough acredita que as ideologias são construções e significações da realidade feitas em várias dimensões de formas e de sentidos do discurso e elas contribuem para a produção, a reprodução ou para a transformação das relações de dominação.

Também Thompson (1995) acredita que determinados usos da linguagem são ideológicos, isto é, servem para estabelecer ou manter relações de dominação. “Estudar a ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação” (THOMPSON 1995, p. 75-76).

É também o estudo “de como o significado é construído e transmitido através de formas simbólicas de vários tipos”. (THOMPSON, 1995). Para isso é necessário também analisar os contextos sociais nos quais essas formas simbólicas são empregadas e organizadas. Formas simbólicas devem ser entendidas como ações e falas, imagens e textos produzidos e reconhecidos como construtos significativos e que são parte constitutiva das relações sociais.

A análise da ideologia de Thompson está interessada também em verificar como as formas simbólicas se entrecruzam com relações de poder e, de que modo, o sentido é mobilizado, no mundo social, e serve para reforçar pessoas e grupos que ocupam posições de poder e de dominação tais como as relações sociais entre homens e mulheres, entre um grupo étnico e outro, enfim, em todas as esferas sociais em que se dá essa dominação.

Enfim, os autores citados estão convencidos de que a ideologia é fator fundamental para a formação de identidade, e para as relações sociais de poder e dominação.

## **2.5 Gêneros de discurso — Entrevista**

Todo gênero de discurso exige daqueles que dele participam que aceitem um certo número de regras mutuamente conhecidas e as sanções previstas para quem as transgredir. Maingueneau.

Atualmente já existe o consenso de que o estudo da linguagem deve centrar-se no texto. Qualquer estudo que privilegie a interação não pode tratar igualmente os textos, visto que eles são de diversos tipos e que, dependendo da finalidade a que se prestam, ou seja, do seu propósito comunicativo, variam na organização, estrutura e estilo. A essas diferentes e numerosas práticas de linguagem, dá-se o nome de gênero de discurso. Como as finalidades são numerosas, inúmeros também são os gêneros.

Cada esfera de utilização da língua elabora, segundo Bakhtin, tipos relativamente estáveis de conversação, isto é, de gêneros de discursos. Os grandes estudiosos da linguagem têm-se debruçado sobre a sua classificação e, segundo Brandão (2005) essa é uma das questões fundamentais nos estudos de linguagem, que tem também implicações no ensino da língua.

Bakhtin afirma que os gêneros discursivos não são criados pelos falantes, a cada vez que se fala, mas sim transmitidos sócio-historicamente. (MARCUSCHI, 2002). No

entanto, os falantes, contribuem não só para a preservação, mas também para a sua permanente mudança e renovação.

No jornalismo existem também estruturas consagradas inerentes ao rádio, televisão aos jornais e revistas. Cada uma delas tem suas características definidas, mas todas as reportagens têm origem no levantamento feito pelo repórter. O gênero funciona como uma forma de bolo na qual o conteúdo, as informações tomam forma e ficam prontas para o consumo. Todos os veículos da mídia impõem limitações aos seus produtos, se não as restrições de mérito, sobretudo e sempre, as limitações de tempo e de tamanho.

A entrevista é considerada um gênero de discurso jornalístico que se desenvolve por meio de perguntas e respostas. É, pois, uma seqüência conversacional-dialogal cujo texto baseia-se em dados do contexto e do conhecimento dos interlocutores. É uma atividade interpessoal e interacional que se desenrola com pelo menos duas pessoas: o entrevistado e o entrevistador.

O entrevistador e o entrevistado cumprem seus papéis, alternando-se em turnos, e com isso contribuem com o desenvolvimento deste tipo de texto. Ambos adaptam continuamente o diálogo às necessidades do outro.

Pressupõe-se ainda, na entrevista, a existência de um terceiro elemento, que são os leitores ou os assistentes do evento discursivo. Podemos definir um texto conversacional como seqüência hierarquizada de turnos conversacionais. Mesmo que numa entrevista haja a participação de vários sujeitos, as sucessivas intervenções estão, queiram ou não, engajadas na construção de um texto único.

Os participantes encontram-se dentro de um contexto de que fazem parte o entorno espaço-temporal ou sócio-histórico que os une. Dessa forma eles se relacionam com o que é dito, isto é, têm uma posição diante de seus turnos, atos de fala e enunciados.

A interação entre os participantes de uma entrevista não acontece de forma assimétrica. É o entrevistador que determina o assunto, a orientação da conversa, sua duração, o tom, se polêmico ou consensual, e o momento do seu encerramento. Ao entrevistado compete responder ao que está sendo perguntado e, mantendo seu turno de fala, prolonga-lo ou encurta-lo.

As entrevistas jornalísticas apresentam-se em quatro diferentes tipos, a depender do seu conteúdo: noticiosa, de depoimento, de perfil e de opinião ou conceitual. A de opinião veicula a opinião das pessoas sobre assunto determinado.

É o caso da seção *Entrevista*, publicada nas páginas amarelas — referência à cor das páginas em que é publicada — da Revista *Veja*, que semanalmente veicula entrevista feita com uma personagem de destaque no Brasil ou no mundo. Nesse tipo de entrevista, também chamada pingue-pongue, o objetivo é captar o ponto de vista do entrevistado sobre determinado assunto.

Pode até parecer que este trabalho consiste em apenas ligar o gravador, fazer as perguntas, ouvir as respostas, copiar tudo e publicar.

De acordo com Squarisi (2004) o gênero entrevista é um dos mais difíceis de produzir e de escrever. Preparar as perguntas é um desafio para o entrevistador e requer conhecimento prévio da fonte, intuição, sensibilidade e coragem, além de jogo de cintura. O entrevistador tem de estar completamente atento às respostas, pois o entrevistado chega para ao local da entrevista prontinho para responder ao que ele pensa que vai ser perguntado, e o entrevistador tem de estar atento para, ao menor vacilo, investir de modo mais ousado com suas perguntas.

No entanto a entrevista não fica só nisso. O texto tem de ser editado. O que se obteve com a conversa entre jornalista e fonte é material bruto, carente de lapidação. (SQUARISI; SALVADOR, 2004, p 66).

A entrevista gravada muitas vezes leva horas, os assuntos se sucedem e retornam e muitos temas abordados não têm nada a ver com a pauta definida. É preciso, então organizar todo o material, desprezar o que não tem importância, aproveitar o que ela tem de melhor.

Por isso, diz Medina (1986), que toda entrevista acaba por ser uma informação tocada por muitas mãos porque desde o momento em que é realizada até o de sua publicação, ela passa por processos de estreitamento de foco ou de edição, subordinando-se a variáveis como o público, o tipo de entrevista, de entrevistado, de entrevistador e da linha editorial de publicação.

A comunicação interpessoal é entendida como uma relação dialógica que se desenvolve entre pelo menos dois interlocutores. O entrevistador e o entrevistado cumprem seus papéis alternando-se nos turnos de fala, adaptando continuamente o diálogo às necessidades do outro. Dessa forma, contribuem para o desenvolvimento do texto. Muitas vezes, entrevistador interlocutor interfere na construção de tais papéis, buscando modificar a imagem que o entrevistado quer que sua audiência ou seus leitores construam.

Não se pode deixar também de observar o papel desempenhado pelo terceiro elemento como propulsor de modificações na interação entre os participantes do diálogo, já que muitas vezes ela se desenvolve exatamente em função do terceiro participante, o leitor ou o ouvinte. É principalmente o caso das entrevistas com políticos.

Na verdade, o político não se apresenta tranquilo quando participa de um programa de entrevistas, pois sua imagem está sempre em jogo e, se ele não estiver atento, poderá ver atingidos sua imagem e seu poder. (FAIRCLOUGH, 2001).

A entrevista é um dos gêneros discursivos com mais trânsito entre os campos da mídia e da política. Constitui-se uma forma privilegiada de exposição principalmente para os personagens da política. Por isso mesmo ela enseja ao entrevistador a oportunidade de exercer o papel que lhe é muito caro, o de representante do interesse público, em nome do qual ele pode fazer as mais pertinentes ou impertinentes perguntas. É a entrevista também um grande palco no qual ele pode atuar, no qual uma pergunta pode ser mais importante do que qualquer resposta. No próximo capítulo farei uma abordagem sobre a seleção de dados e as categorias que usarei na análise do texto

### 3 A DEFINIÇÃO DA METODOLOGIA

Todo texto é produto de criação coletiva: a voz do seu produtor se manifesta ao lado de um coro de outras vozes que já trataram do mesmo tema e com as quais se põe de acordo ou desacordo. Fiorin e Savioli.

Passo agora a tecer rápidas considerações sobre os passos metodológicos que direcionaram minha pesquisa. Na seção 3.1 discorro sobre o processo de seleção dos dados; na seção 3.2, falo sobre as categorias analíticas de Norman Fairclough, com enfoque especial às que usarei no meu trabalho; na seção 3.3, descrevo as categorias analíticas de John Thompson, com mais detalhes sobre as modalidades escolhidas para realizar a minha análise.

#### 3.1 A seleção dos dados

Busco, por meio da prática da Análise do Discurso Crítica, desvendar as estratégias utilizadas pela mídia, que demonstram ideologias implícitas. Para isso selecionei a entrevista “O medo venceu”, como corpus do meu trabalho.

A entrevista é um gênero jornalístico desenvolvido por meio de perguntas e respostas e causa grande impacto social, por isso é de suma importância para análise. A entrevista em foco teve a jornalista Thaís Oyama e foi publicada nas *Páginas Amarelas*, da Revista *Veja*, semanário de informações de grande circulação nacional, Edição número 1.787, de 29 de janeiro de 2003. O nome da seção, *Páginas Amarelas*, faz referência a uma seção de entrevistas, editada em páginas de cor amarela, com o propósito de destacar a importante

seção. Semanalmente entrevistas com personalidades de destaque na vida nacional e internacional em todas as áreas de atuação preenchem seu espaço.

As entrevistas são primeiramente gravadas, editadas e, só então, publicadas. Não são, portanto, feitas por uma só pessoa. Há uma multiplicidade na sua produção, visto que antes de ser publicada, ela sofre cortes de acordo com o interesse do entrevistador, do editor, do dono da revista e, certamente, dos patrocinadores. Uma entrevista é, pois, repetindo, (MEDINA, 1986, p. 48), “uma informação tocada por muitas mãos”.

Há que se considerar também que “a mídia de notícias está no negócio competitivo de ‘recrutar’ leitores, telespectadores e ouvintes em um contexto de mercado no qual suas vendas ou seus índices são decisivos para a sobrevivência”. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 143).

Para empreender o meu trabalho selecionei algumas categorias propostas por Norman Fairclough (2001) para as práticas discursivas, textuais e sociais, e John Thompson (1995), para as estratégias de operação da ideologia, o que ele chama de *modus operandi*.

Com a seleção dessas categorias pretendo empreender uma análise abrangente do texto escolhido, que permita compreender os vários aspectos relativos à formação de identidade de Heloísa Helena.

Procedo primeiramente à apresentação das categorias de Fairclough, que tomei como base para a busca de dados.

## **3.2 Categorias de análise propostas por Fairclough**

Discorrerei agora sobre certos pontos que são tidos como diretrizes indicadoras dos principais elementos e das considerações que se aplicam à análise do discurso. Para isso há três pontos de maior destaque: os dados, a análise e os resultados.

Vimos anteriormente que a Análise do Discurso Crítica se baseia em três pilares fundamentais: a análise das práticas discursivas, a análise dos textos e a análise da prática social. Para qualquer tipo de análise particular, algumas categorias vão ser mais importantes do que outras, pois a escolha dependerá dos propósitos e das ênfases que se deseja alcançar. Cada dimensão da prática discursiva é representada pelas diferentes categorias:

Produção do texto – interdiscursividade, intertextualidade manifesta.

Distribuição do texto – Cadeias intertextuais.

Consumo do texto – Coerência.

Começo falando sobre a intertextualidade manifesta que é uma das categorias utilizadas para realizar o meu trabalho.

### **3.2.1 Intertextualidade manifesta**

A intertextualidade acontece quando o autor de um texto leva para a sua obra a voz de outro autor. Segundo Foucault (2001), “não pode haver enunciado que de uma maneira ou de outra não reatualize outros”.

Essa idéia nos remete a Bakhtin para quem todos os enunciados, sejam eles orais ou escritos, por mais breve ou elaborado que sejam são orientados ou moldados por enunciados anteriores. Para Bakhtin, “cada enunciado é um elo na cadeia da comunicação”. Todos os enunciados são, explícita ou implicitamente, constituídos por pedaços de enunciados de outros.

Nossa fala...é preenchida com palavras de outros, variáveis graus de alteridade e variáveis graus do que é de nós próprios, variáveis graus de consciência e de afastamento. Essas palavras de outros carregam com elas suas próprias expressões, seu próprio tom avaliativo, o qual nós assimilamos, reatualizamos e reacentuamos. (BAKHTIN, 1986 apud FAIRCLOUGH, 2001, p.135).

Intertextualidade manifesta acontece quando se utiliza explicitamente em determinado texto outros textos. A intertextualidade se dá de forma seqüencial, conforme os diferentes textos ou tipos de discurso se alternam em um texto; encaixada, quando um texto ou um tipo de discurso está claramente contido dentro da matriz de outro texto; e mista, quando os textos ou tipos de discursos estão fundidos de modo complexo.

A intertextualidade manifesta é uma área cinzenta entre a prática discursiva e o texto: levanta questões sobre o que vai na produção de um texto, mas também diz respeito às características que estão manifestas na superfície do texto. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 285).

A intertextualidade manifesta também se dá em relação à representação do discurso, à pressuposição, à negação, ao metadiscurso e à ironia, mas vou discorrer somente sobre a textualidade manifesta por meio de pressuposição e por meio de ironia, duas categorias que utilizo na minha análise.

### 3.2.2 Intertextualidade manifesta por meio de pressuposição

Na intertextualidade manifesta, outros textos estão explicitamente presentes no texto sob análise: eles estão “manifestamente” marcados ou sugeridos por traços na superfície do texto, como as aspas. Norman Fairclough.

Pressuposições são proposições tomadas pelo autor do texto como já estabelecidas e também quando há várias pistas formais na organização da superfície do texto para mostrar isso. (FAIRCLOUGH, 2001, p.155).

As proposições, quer sejam baseadas em textos anteriores do produtor, quer sejam de outros textos, podem ser manipulativas, quando o autor do texto estabelece uma proposição desonesta que tem a intenção de manipular, ou sincera, o que se dá quando o autor do texto apresenta uma proposição como dada por outro. As pressuposições funcionam como formas efetivas de manipular as pessoas, principalmente no caso de entrevistas, por serem, geralmente, difíceis de desafiar.

Dentro de uma perspectiva intertextual da pressuposição, o caso em que a proposição pressuposta constitui realmente algo tomado como tácito pelo(a) produtor(a) do texto pode ser interpretado em termos de relações intertextuais com textos prévios do(a) produtor(a) do texto. (FAIRCLOUGH, 2001, p. 156.)

Há casos em que uma idéia é afirmada em uma parte do texto e depois é pressuposta em outra parte. A pressuposição pode se baseada em texto do próprio autor ou em textos de autores diferentes. As pressuposições são maneiras de manipular pessoas porque são frequentemente difíceis de desafiar. Uma pessoa que desafia uma pressuposição em uma entrevista pode parecer que está evitando o problema.

As pressuposições manipulativas também requerem sujeitos interpretantes com experiências e suposições particulares em textos anteriores e, assim fazendo, elas contribuem para a constituição ideológica do sujeito. (FAIRCLOUGH, 2001, p.156).

De acordo com Ferreira (2005), Ducrot formula sua primeira teoria semântica, considerando que o enunciado produzido por um locutor pode ser desdobrado em dois atos ilocutórios: o ato de asserção, que é o posto, e o ato de pressuposição. O posto corresponde ao que está dito no enunciado, de exclusiva competência do produtor que, por meio dele, garante a realização do discurso: as novas informações se encadeiam e o fazem progredir. O pressuposto possibilita ao locutor dizer implicitamente alguma coisa, recorrendo ao interlocutor para, juntos, interpretarem o que foi dito. Em 1987, Ducrot reformula essa descrição de pressuposição, entendendo-a como um ato de fala que pode aparecer no enunciado, como um subentendido. Ducrot provoca mudança no conceito de pressuposição ao afirmar que o locutor é quem produz as palavras no momento da enunciação e por ela se responsabiliza e coincide quase sempre com o falante do discurso. No entanto, o autor pode incorporar à sua fala, a fala de outros locutores.

Dois enunciados simples ao serem ligados um ao outro por um operador argumentativo, constituem um enunciado complexo atribuído a um locutor único.

### **3.2.3 Intertextualidade manifesta por meio da ironia**

A intertextualidade aparece também em forma de ironia, o que significa dizer uma coisa e significar outra”. (FAIRCLOUGH, 1997, p.158). Um enunciado irônico reflete o enunciado de outro, mas nas definições tradicionais de ironia falta uma abordagem textual desse recurso.

Em um enunciado irônico, ecoa um outro enunciado ou uma outra voz, pois não há relação entre o significado, ou função real do enunciado, e o que foi ecoado. Na ironia, os intérpretes exercem uma função muito importante: eles devem ser capazes de perceber o outro sentido que está velado nas estruturas lingüísticas. Vários fatores contribuem para essa identificação: explícita falta de combinação entre o significado aparente e o contexto situacional, indicações sobre o tom de voz do falante ou pistas no texto escrito, pressupostos dos intérpretes acerca das crenças e dos valores do produtor do texto.

Diz Bakhtin que os textos podem incorporar idéias de textos anteriores de forma relativamente direta, mas podem também utilizar as idéias de maneira irônica, reacentuando-as, parodiando-as, enfim, podem usá-las de várias maneiras.

Estudiosos tradicionais afirmam que ironia é dizer uma coisa para significar outra. Numa ironia o enunciado ecoa o enunciado de outro, no entanto, a ironia depende de os intérpretes serem capazes de reconhecer que o significado de um texto ecoado não é o significado do produtor do texto.

Fairclough diz também que num enunciado irônico, outro enunciado reflete, pois não há relação entre o significado, ou função real do enunciado, e o que foi ecoado. Na ironia, os intérpretes devem ser capazes de perceber o outro sentido que está velado nas estruturas lingüísticas. Vários fatores contribuem para essa identificação: explícita falta de combinação entre o significado aparente e o contexto situacional, indicações sobre o tom de voz do falante ou pistas no texto escrito, pressupostos dos intérpretes acerca das crenças e dos valores do produtor do texto. (FAIRCLOUGH, 1997, p.158).

### **3.2.4 Condições da prática discursiva**

A prática discursiva envolve processos de produção, distribuição e consumo do texto. O objetivo é especificar as práticas sociais de produção e consumo do texto, associadas com o tipo de discurso que a amostra representa que pode ser relacionado ao gênero de discurso.

### **3.2.5 Polidez**

A polidez é um conjunto de estratégias que parte dos participantes do discurso que serve para mitigar os atos de fala que são potencialmente ameaçadores para sua própria face ou para a dos interlocutores.

### **3.2.6 Ethos**

O objetivo é reunir as diversas características que vão em direção à construção do eu, ou de identidades sociais, na amostra. O *ethos* envolve não apenas o discurso, mas todo o contexto social.

O ethos pode ser considerado como parte de um processo mais amplo de modelagem, em que o lugar e o tempo de uma interação e seu conjunto de participantes bem como o *ethos* dos participantes, são constituídos pela projeção de ligações em determinadas direções intertextuais de preferência a outras.

### **3.3 Categorias analíticas propostas por Thompson**

Segundo Thompson (1995), a ideologia opera em uma variedade de contextos da vida cotidiana. Portanto, o exame da ideologia é da maior importância para qualquer análise lingüística que busque levar em conta o entendimento das relações sociais de dominação. Por isso, a interpretação da ideologia deve ser ancorada na análise sócio-histórica, na análise formal discursiva com ênfase crítica para desvendar o sentido que está a serviço do poder.

No mesmo caminho que Fairclough, também John Thompson propõe certos modos de operações gerais através dos quais a ideologia pode operar na modalidade lingüística. São cinco os *modus operandi*: legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação. Esses modos podem estar ligados de algumas maneiras, em circunstâncias particulares, com estratégias de construção simbólica.

Como a amostra selecionada para análise se origina do discurso da mídia impressa, torna-se inquestionável a importância de um exame detalhado das marcas ideológicas presentes neste discurso e, dessa forma, compreender melhor os efeitos ideológicos na formação das identidades sociais as quais o discurso nos remete. Distinguirei a seguir os *modus operandi* e algumas estratégias típicas de construção simbólica que selecionei os seguintes:

### **3.3.1 Legitimação por meio da racionalização e da universalização**

A legitimação apresenta as relações de dominação como legítimas, justas e dignas de apoio. A estratégia típica chamada racionalização o produtor de uma forma simbólica constrói uma cadeia de raciocínio que procura justificar um conjunto de relações sociais e com isso convencer as pessoas que a sua idéia é digna de apoio.

### **3.3.2 Fragmentação por meio da diferenciação**

Outro modo através do qual a ideologia pode operar é a fragmentação. Relações de dominação são mantidas por meio da segmentação de indivíduos e de grupos capazes de se transformar num desafio real aos grupos dominantes. Para isso esses grupos dirigem forças contra o alvo que considerado perigoso ou represente alguma ameaça.

Nesse caso podem ser usadas algumas estratégias típicas de construção simbólica. Uma delas é a diferenciação — ênfase que é dada às distinções, diferenças e divisões entre pessoas e grupos, apoiando características que os desunem e os impedem de construir um desafio efetivo às relações existentes. (THOMPSON, 1995, p. 86).

### 3.3.3 Unificação por meio da simbolização

A unificação é outro modo de operação da ideologia. Relações de dominação são estabelecidas e mantidas por meio da construção, no nível simbólico, uma forma de unidade que interliga os indivíduos numa identidade coletiva, independente das diferenças e divisões que possam separá-los. Uma estratégia pela qual esse modo é expresso em formas simbólicas é a simbolização. É uma estratégia que envolve a construção de símbolos de unidade, de identidade e de identificação coletivas, que são difundidos através de um ou de muitos grupos.

A proposta de Thompson não pretende ser definitiva ou restritiva. Isso significa que esses modos de operação não constituem as únicas maneiras com que a ideologia opera, assim como as estratégias dependem de seu uso e construção em circunstâncias particulares.

Após a apresentação das categorias de análise passo à exposição de minha proposta de análise e interpretação dos dados.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS

A Análise Crítica do Discurso é essencialmente política em suas intenções, já que os/as que a praticam tentam transformar para melhor o mundo em que vivem. (Caldas-Coulthard e Coulthard).

Neste capítulo, apresento o resultado de todas as escolhas teóricas que fiz para analisar a entrevista “O medo venceu”, o *corpus* do meu trabalho.

Fairclough (2001) afirma que não existe um procedimento fixo para analisar um discurso. O autor traça as diretrizes gerais que indicam os elementos mais importantes e as considerações que se prestam à prática da análise do discurso. Para efetuar a análise de um discurso tomado como *corpus*, é preciso escolher as amostras a serem analisadas e, nesse sentido, elegi um pequeno número de categorias. Sendo assim, na seção 4.1 aplico no texto as categorias analíticas propostas por Fairclough e na seção 4.2, aplico alguns *modus operandi* propostos por Thompson.

### 4.1 Aplicação das Categorias de Fairclough

#### 4.1.1 Condições da prática discursiva

O texto é produzido individual ou coletivamente?

Por se tratar de uma entrevista publicada em revista de circulação nacional, subentende-se de que se trata de um gênero jornalístico e que, como tal, resulta da decisão de uma equipe editorial cujos membros estão envolvidos em seus vários estágios de produção, ou seja, só é publicado o que é aprovado em reunião de pauta. O que é apresentado ao leitor é

nada mais do que as conseqüências dos posicionamentos ideológicos de um grupo de elite representado pelos responsáveis pela editoração da revista.

Que tipos de efeitos não discursivos possui esta amostra?

Por meio da construção da entrevista, da escolha lexical, do direcionamento dos temas e dos tópicos, a entrevistadora deseja levar os leitores a acreditarem que Heloísa Helena é uma pessoa radical, destemperada, agressiva, violenta. No parágrafo de abertura já podemos ver isso:

A senadora Heloísa Helena já **comprou briga** com o colega Antonio Carlos Magalhães (...) foi vista **emboscando** o ex-ministro José Serra (...) está pronta para **enfrentar** seu próprio partido. (...) Heloísa Helena é uma **incendiária** na tribuna. (...) Nesta entrevista, ela **critica** os rumos do governo, **espicaça** o Ministro José Dirceu (...).

A escolha lexical demonstra alto nível de violência. Ela **critica** o seu próprio partido, que é também o partido do governo, ou seja, o que detém o poder, mas ela ignora isso. Ela **comprou briga** significa que ela insistiu em brigar e com Antonio Carlos Magalhães, que é considerado um dos homens poderosos do país, **espicaça** José Dirceu, tido como o mais poderoso do governo e, além de tudo ainda é uma **incendiária**, ou seja, tanto quanto um incêndio, ela é muito violenta, devastadora.

Nesta entrevista, como acontece em todo discurso, há exemplos de intertextualidade. Vejamos textualmente:

#### 4.1.2 Intertextualidade manifesta por meio da ironia

Fica evidente o caráter irônico do comentário tecido pela repórter acerca da possível saída de Heloísa Helena do PT. Vejamos textualmente:

**Veja - “Muita gente vai comemorar”**

Ao dizer isso a repórter revela o eco de outras vozes que são as verdadeiras produtoras do texto.

Em outro momento a entrevistadora é irônica ao falar com Heloísa Helena. Vejamos textualmente:

**Veja – É verdade que a senhora ameaçou o senador José Serra com uma espátula de abrir cartas?**

**Heloísa Helena** – Ele falou coisas de que eu não gostei e fui conversar com ele.

**Veja – Com uma espátula na mão, senadora?**

Nesta passagem, fica evidente que a entrevistadora põe em dúvida a resposta da senadora e, com isso, reforça a idéia de que ela é destemperada, agressiva e violenta.

A ironia depende de os intérpretes serem capazes de reconhecer que o significado do texto ecoado não é o significado do produtor do texto.

#### **4.1.2 Intertextualidade manifesta por meio da pressuposição**

A repórter Thais Oyama apresenta uma escolha lexical que revela a utilização de pressuposições a respeito da figura de Heloísa Helena. Ela utiliza proposições já estabelecidas como se fossem verdades. Vejamos textualmente:

“A senadora heloísa Helena (...) **chamou** o ex-senador Luiz Estevão de “**riquinho ordinário e foi vista emboscando o ex-ministro** José Serra em um corredor do Congresso.”

“Agora, a mais radical das vozes petistas no Senado **está pronta para enfrentar seu próprio partido.**”

Tais pressuposições são manipulativas, pois, por tratar-se de uma entrevista publicada em revista de circulação nacional, o objetivo é o de obter o interesse do leitor, chamando sua atenção para as características peculiares de Heloísa Helena como sendo uma figura polêmica.

#### 4.1 4 Polidez

Meu objetivo nesta seção é determinar quais são as estratégias de polidez mais usadas na amostra, se há diferença de tratamento entre os participantes e o que as características de polidez de cada um sugerem sobre suas relações sociais.

Quais estratégias de polidez negativa e polidez positiva, implícitas, são usadas, por quem e com quais propósitos?

Como se trata de uma entrevista com dois participantes ativos, a entrevistadora e a entrevistada, o controle do turno de fala é da entrevistadora, que é responsável pelo direcionamento do discurso da entrevistada. Há nas suas falas marcas de polidez positiva, que corresponde ao desejo que todo interlocutor tem de ser apreciado e admirado e possibilita a aproximação e solidariedade. Dessa forma, no total de vinte e uma perguntas, doze vezes a entrevistadora emprega o pronome de tratamento senhora, ao se referir à Heloísa Helena.

Por outro lado, há indícios de polidez negativa, pois a linha de perguntas tem a intenção de revelar as características de Heloísa Helena como adversária do próprio partido e de mostrá-la como pessoa violenta e intransigente, ou seja, desnudar sua face negativa.

A entrevistadora entra por uma linha de perguntas que revela sua intencionalidade de saber da relação de Heloísa Helena com o partido, com o Presidente da República, com as decisões do governo, mostrando-a como inimiga do partido. São treze perguntas neste sentido, a começar com a primeira. Vejamos algumas delas::

**Veja – A senhora *tem criticado* muitas das decisões do PT no governo. Como está a sua relação com o governo?**

**Veja – A senhora se considera *intransigente*, como a consideram colegas do PT?**

**Veja – Qual é a sensação de ter o seu próprio partido como *adversário político*?**

**Veja – A senhora acha que Lula *traiu* o programa de governo?**

#### **4.1.5 Ethos**

O objetivo nesta categoria é reunir as diversas características que vão em direção à construção do eu, ou de identidades sociais. O *ethos* envolve não apenas o discurso, mas todo o corpo. Qualquer uma das categorias analíticas listadas pode ser relevante para o *ethos*. (FAIRCLOUGH 2001).

Em diversos trechos da entrevista, busca-se reunir as características mais marcantes da personalidade de Heloísa Helena. Ela é retratada da seguinte forma:

“A mais **radical** das vozes petistas no Senado está **pronta para enfrentar** seu próprio partido.”

“Eu **tenho muita raiva** quando começam com essa conversa de rombo da Previdência”.

**Veja — “A senhora se considera *intransigente*, como a classificam os colegas do próprio PT?”**

“Agora, a farsa **a gente não pode aceitar.**”

“Mas, mesmo que estivesse **acompanhada de mim mesma, eu estaria em boa companhia.**”

“**Comigo é quente ou frio. Morno eu vomito.**”

“Eles **dizem esse tipo de coisa para me irritar.**”

“Eu **não falo de ninguém e não admito que falem de mim.**”

## **4.2 Aplicação das Categorias de Thompson**

Thompson (1995) afirma ser o exame da ideologia primordial para qualquer análise lingüística que busque levar em conta o entendimento das relações sociais de dominação. Como a amostra selecionada para análise se origina do discurso da mídia impressa, torna-se inquestionável a importância de um exame detalhado das marcas ideológicas presentes neste discurso para que dessa forma se possa compreender melhor os efeitos ideológicos na formação das identidades sociais às quais a amostra remete. Portanto, passemos à aplicação de alguns dos *modus operandi* da ideologia propostas por Thompson aos trechos selecionados.

### **4.2.1 Legitimação por meio da racionalização.**

Neste modo de operação ideológica as relações de dominação são apresentadas como legítimas, justas e dignas de apoio. Nos trechos vistos abaixo, a racionalização é

revelada. Na apresentação da cadeia de raciocínio o autor ou autores do texto buscam convencer o leitor de que são dignos de apoio pois está claro que relação de Heloísa Helena com o PT está deteriorada. Vejamos textualmente:

**“Agora, a mais radical das vozes petistas no Senado está pronta para enfrentar o seu próprio partido.”**

**Veja – Qual é a sensação de ter *seu próprio partido como adversário político?***

**Veja – A senhora *discutiu com o ministro José Dirceu (...). Continua rompida com ele?***

#### **4.2.2 Fragmentação por meio da diferenciação**

Outra marca ideológica presente na amostra é a fragmentação por meio da diferenciação; isso acontece quando a autora do texto busca dar ênfase às diferenças e divisões na identidade de Heloísa Helena que a revelam como uma pessoa que representa um desafio efetivo às relações existentes, pois ela passa a ser a primeira mulher na história política brasileira que briga pelo que acredita, não importando quem ela tenha de enfrentar para isso. De fato, ela é um perigo real. Vejamos textualmente:

**...Heloísa Helena é uma incendiária na tribuna. (...). Nesta entrevista, ela critica os rumos do governo, espicaça o ministro José Dirceu e, fiel a seu estilo, responde aos que consideram intransigência o que ela classifica de defesa de princípios: “Comigo é quente ou frio. Morno eu vomito”.**

### 4.2.3 Unificação por meio da simbolização da unidade

Outro aspecto a ser abordado de acordo com a proposta de Thompson é a unificação por meio da simbolização da unidade, segundo a qual é estabelecida no nível simbólico, a construção de identidade coletiva de um personagem de oposição como sendo necessariamente alguém de temperamento explosivo. Heloísa Helena passa a ser símbolo da verdadeira oposição política, pois não tem pruridos ao defender seus princípios. Vejamos textualmente:

**Veja - A senhora pensa em sair do PT?**

**Heloísa Helena - Vou usar toda a minha capacidade de luta e de trabalho para, entre outras coisas, ajudar o PT a recordar os nossos entusiasmados discursos de oposição ao governo Fernando Henrique. Mas eu não sou masoquista e sempre soube que ser senadora é uma condição passageira. No dia em que, para estar na política, eu precisar me sentar à mesa com ladrões tolerados, daqueles que praticam tudo o que está no Código Penal e, mesmo assim, são recebidos com sorrisos e fanfarra nos salões da *high society*, vou comer giz na sala de aula. Volto feliz a lecionar na Universidade Federal de Alagoas. Para mim, é quente ou frio. Morno, eu vomito. Além disso, a minha relação de amor e de identidade não é com a sigla. É com um projeto que, ao longo da história, foi representado por essa sigla. Quando ela não mais representar isso, por mais que eu chore abraçada com a estrela do PT, com aquilo que para mim vai ser memória, eu saio.**

Na prática, afirma Thompson, a simbolização da unidade pode estar interligada com o processo de narrativização, na medida em que símbolos de unidade podem ser parte integrante das narrativas das origens que conta uma história compartilhada e projeta um destino coletivo. Ao unir indivíduos de uma maneira que suprima diferenças e divisões, a simbolização da unidade pode servir, em circunstâncias

particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação. (FAIRCLOUGH 1995, p.86).

Há ainda outras categorias por meio das quais eu poderia proceder à análise do *corpus* deste trabalho, mas restringi-me às poucas apontadas no início deste capítulo. Por meio das amostras da entrevista “O medo venceu”, constatei como o produtor de um texto pode direcionar os sentidos do leitor na direção que ele almeja. No próximo capítulo apresento minhas considerações finais sobre todo este processo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parti da premissa de que a mídia, na sua representação mais tradicional, a impressa, utiliza a linguagem textual para formar opiniões, imagens e identidades e que nesse sentido, apresenta seus diversos discursos sempre recheados de valores éticos e morais e de ideologias que são próprios das culturas em que estão inseridos os produtores do processo de mediação. Meu objetivo neste trabalho foi levantar os aspectos ideológicos do discurso da mídia impressa que determinam a formação identitária da Senadora Heloísa Helena e examinar as estratégias discursivas usadas pelo entrevistador para realizar esse intento.

Verifiquei que as referências feitas à Senadora Heloísa Helena, desde o prefácio da entrevista em tela, passando pelas perguntas a ela dirigidas foram sempre carregadas de escolhas lexicais que levaram o leitor a acreditar que Heloísa Helena é uma mulher polêmica, agressiva, brigona e destemperada, que não tem papas na língua e está sempre pronta a enfrentar qualquer pessoa. Este desequilíbrio é reforçado com o fato de que ser mostrada, por outro lado, como uma mulher sensível e carinhosa.

O gênero entrevista escolhido para a reportagem da revista Veja e sua publicação nas páginas amarelas, espaço nobre da Veja, demonstram o interesse deste veículo de comunicação em chamar a atenção dos seus leitores. Tanto a escolha lexical como a escolha dos temas são reveladoras da intenção dos produtores do texto, visto que o controle interacional do discurso cabe ao entrevistador, que é o representante da mídia.

Com o recurso metodológico da Análise Crítica do Discurso foi possível desvendar como a mídia constrói a imagem que deseja ver capturada pelos leitores. Constatei

também que o discurso da entrevistadora de “O medo venceu” não é de forma alguma isento, ao contrário, é pleno de ideologias implícitas que são utilizadas na formação identitária da Senadora Heloísa Helena.

No primeiro capítulo expus os objetivos e as questões que me motivaram para a realização deste trabalho; no segundo capítulo tratei da apresentação dos termos e da teoria em que me baseei para fazer esta análise; no capítulo 3, apresentei os procedimentos metodológicos da pesquisa e as categorias de análise que me propus fazer e, finalmente, no capítulo 4, demonstrei que a mídia deixa pistas significativas de que se utiliza da linguagem, por meio de escolhas lexicais e outras estratégias de manipulação, para impor suas próprias ideologias.

Há sempre maneiras de significar um discurso. Mesmo que não sejam explícitas, elas vêm embutidas na linguagem. Os resultados alcançados neste trabalho podem certamente contribuir como um alerta no sentido de que decodificar as mensagens midiáticas é de grande importância para aumentar a consciência de que a linguagem contribui para a instalação e manutenção de idéias, imagens e opiniões que os donos do poder querem implantar nos grupos dominados. Interpretar e criticar as ideologias embutidas nos discursos da mídia estimula a reflexão sobre as relações de poder e dominação e as formas pelas quais eles são sustentados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

*A Mulher na Política Nacional*. TER RN. Disponível em <http://www.tre-rn.gov.br/tre-rn/mulher.htm>. Acesso em: 25 mai. 2006. 8:10

AQUINO, Zilda Gaspar Oliveira de. *A reformulação das entrevistas*. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-44501998000300008&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44501998000300008&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt) > Acesso em: 19 jun. 2006. 19:18

BAKTHIN, Milhail. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo Martins Fontes, 1997.

BARBOSA, Marialva. *A mídia como geradora de identidade e história*. In: II ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO DA UFF. Florianópolis, 15 a 17 abr 2004. Disponível em: [http://www.google.com/search?q=cache:ICYIKL6XbiMJ:www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos%2520de%2520trabalho%2520de%2520historia%2520da%2520midia/historia%2520dos%2520jornalismo/trabalhos\\_selecionados/maria\\_soares\\_e\\_vanessa\\_rangel.doc+BARBOSA,+Marialva.+A+m%C3%ADdia+como+geradora+de+identidade+e+hist%C3%B3ria.+GT+Hist%C3%B3ria+do+Jornalismo.+\(UFF\)&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=1](http://www.google.com/search?q=cache:ICYIKL6XbiMJ:www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd/grupos%2520de%2520trabalho%2520de%2520historia%2520da%2520midia/historia%2520dos%2520jornalismo/trabalhos_selecionados/maria_soares_e_vanessa_rangel.doc+BARBOSA,+Marialva.+A+m%C3%ADdia+como+geradora+de+identidade+e+hist%C3%B3ria.+GT+Hist%C3%B3ria+do+Jornalismo.+(UFF)&hl=pt-BR&gl=br&ct=clnk&cd=1). Acesso em: 10 jul. 2006. 13:35.

BAZERMAN, Charles. *Gêneros textuais, tipificação e interação*. São Paulo: Cortez, 2005.

BORGES, W.C. *Imprensa, Ideologia e Construção de Sentidos: a repressão como solução de conflitos*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005. Rio de Janeiro. Anais. São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1904/17418> Acesso em: 20 ago. 2006. 13:41.

BRANDÃO, Helena Nagamine. Texto, gêneros do discurso e ensino. In: *Estudos Lingüísticos XXXIV*. P. 14 a 27. 2005. Disponível em: <http://www.gel.org.br/4publica-estudos-2005/4publica-estudos-2005-pdfs/1-convidado-helena.pdf?SQMSESSID=a38ffc79c82bcbe561e1c641326fd16c#search=%22BRAND%C3%83O%2C%20Helena%20Nagamine.%20Texto%2C%20g%C3%AAneros%20do%20discurso%20e%20ensino%22>. Acesso em 10 jul. 2006. 12:14.

BRITO, Maria Noemi Castilhos. Mulheres na política, mulheres no poder. In: *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis, vol. 9, n. 1, 2001. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2001000100009](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2001000100009). Acesso em: 5 ago. 2006. 15:20.

CALDAS, Graças et al. *O Discurso Político na Mídia*. In: XXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Belo Horizonte, 2003. Disponível em: [http://intercom.locaweb.com.br/papers/congresso2003/pdf/2003\\_NP02\\_caldas.pdf](http://intercom.locaweb.com.br/papers/congresso2003/pdf/2003_NP02_caldas.pdf). Acesso em 7 set. 2006. 20:08.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. *A entrevista como gênero de discurso: contaminações entre os campos da mídia e da política*. Disponível em: <http://www.cebela.org.br/imagens/Matéria/1Art1Rejane.pdf>. Acesso em 10 ago. 2006. 12: 12.

CHOULIARAKI, L. e FAIRCLOUGH, N. *Discourse in Late Modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburg: University Press. 1999.

*Conferência Nacional de Mulheres do PCO: Maior participação*. Disponível em: [http://www.pco.org.br/conferencia\\_nacional/conferencia\\_mulheres/resolucoes/mulheres\\_na\\_eleicoes.htm](http://www.pco.org.br/conferencia_nacional/conferencia_mulheres/resolucoes/mulheres_na_eleicoes.htm). Acesso em: 14 jun. 2006.10:25.

Dicionário Aurélio Século XXI (Versão Eletrônica).

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e Mudança Social*. Coord. da trad. Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília. 2001.

FAVERO Leonor Lopes; ANDRADE, Maria Lúcia da C.V. de O. *Discurso e Interação: a Reformulação nas Entrevistas*. *DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada*. Vol. 14 spe issue. São Paulo: 1998.

FERRAZ, Janaína de Aquino. *A formação identitária do brasileiro: um enfoque multimodal*. 2005. 108. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília. 2005.

FERREIRA, Ana Cláudia. *Os sentidos de semântica lingüística nos primeiros estudos de Oswald Ducrot*. Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP). *Estudos Lingüísticos XXXIV*, p. 1128-1133, 2005. [ 1128 / 1133 ]. Disponível em: <http://www.gel.org.br/4publica-estudos-2005/4publica-estudos-2005-pdfs/os-sentidos-de-semantica-3.pdf?SQMSESSID=a38ffc79c82bcbe561e1c641326fd16c>. Acesso em 20 set. 2006. 15:33.

FERREIRA, Sandra Patrícia Athaíde; DIAS, B.B.Maria das Graças. *Leitor e Leituras: Considerações sobre Gêneros Textuais e Construção de Sentidos*. *Psicologia: Reflexão e Crítica*. v. 18 n.3, p. 323, 329. 2005, Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prc/v18n3/a05v18n3.pdf>. Acesso em: 12 ago. 21:10.

FLUL, Carlos A. M. Gouveia. *Análise Crítica do Discurso: Enquadramento Histórico*. Disponível em: < [www.fl.ul.pt/pessoais/cgouveia/artigos/HCC.pdf](http://www.fl.ul.pt/pessoais/cgouveia/artigos/HCC.pdf) > Acesso em: 20 jul.2006. 18:55.

FONTENELE, Thaís de Oliveira. *A significação do discurso modal midiático*. 2004. 113. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Brasília. 2004

FOWLER Robert. *Sobre Lingüística Crítica*. In: *Revista Linguagem em (Dis)curso*. v. 4, n. spe. 2004. Disponível em: <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0403/09.htm> . Acesso em: 7 set. 2006. 20:14

FUNCK Suzana Bornéo; WIDHOLZER Nara (orgs) *Gênero em discursos da mídia*. Coedição EDUNISC. 2005, 336 p.

GIDDENS, A. Os meios de comunicação de massa e a cultura popular. In: *Sociologia*, 2ª edição. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. 2002.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GUEDES, Olga Maria Ribeiro. O conceito marxista de ideologia nos estudos de mídia britânicos. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre, n. 5 nov. 1996. Disponível em: [http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/olga\\_guedes.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/5/olga_guedes.pdf). Acesso em: 19 ago. 2006.11:21

HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 9a. Edição. Rio de Janeiro: DP&A. 2004.

HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. A Identidade em Questão ("Identidade Cultural na Pós-modernidade" - p. 07-22). Disponível em <http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/hall1.html>. Acesso em 21 set 2006. 01:25.

HEBERLE, Viviane M. Análise Crítica do discurso. *Revista Linguagem em (Dis)curso* v. 4, n. spe. 2004. Disponível em: < <http://www2.uol.com.br/cadernos/cadernos/perfil.htm>>. Acesso em: 11 Ago. 9:14.

HEBERLE, Viviane M. Revistas para mulheres no século 21: ainda uma prática discursiva de consolidação ou de renovação de idéias? *Revista Linguagem em (Dis)curso*. Santa Catarina, v. 4, n. spe. 2004. Disponível em <http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0403/04.htm>. Acesso em: 16 ago. 22:50.

PSOL. *Entrevista ao Jornal do Brasil*. 3 jul. 2005. Disponível em: [www.psol.org.br/portal/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=4&id=13&Itemid=27](http://www.psol.org.br/portal/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=4&id=13&Itemid=27) - 39k – Acesso em: 4 ago. 2006. 10:12.

KOCH, Ingedore Villaça, VILELA, Mário. *Gramática da Língua Portuguesa*. Coimbra: Livraria Medina, 2001.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *Argumentação e Linguagem*. 9. ed. São Paulo: 2004.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *Introdução à lingüística textual*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *O texto e a construção dos sentidos*. 8. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006

LEAL, Ana Regina Rego. *Cadernos de Teresina*. Disponível em: [http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd4/impressa/a\\_leal.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd4/impressa/a_leal.doc). Acesso em: 12 jul. 23:12

LOPES, Fabiana Teixeira. “Mujeres alteradas”: uma análise discursiva das identidades sociais de gênero. *Mneme- Revista Virtual de Humanidade*, n. 11,v. 5, jul/set. 2004. Disponível em <http://www.seol.com.br/mneme>. Acesso em: 9 set. 2006. 00:35.

MACHADO Marcia Benetti; JACKS Nilda. *O discurso jornalístico*. Disponível em: [http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2001/machado\\_jacks2001.rtf](http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2001/machado_jacks2001.rtf) Acesso em:5 ago. 2006. 23:15

MAGALHÃES, Izabel; LEAL Maria Christina D. *Discurso, gênero e educação*. Brasília: Plano: Oficina editorial do Instituto de Letras da UnB, 2003.

MAIA, Maria Christina de Motta Maia. *Intertextualidade*. Faculdade de Letras/UFRJ. Disponível em: <http://www.pead.letras.ufrj.br/tema02/intertextualidade2.htm>. Acesso em: 19 jun. 2006. 12:05.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros Textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, P. A., MACHADO, A. R. & BECERRA, M. A. *Gêneros Textuais & Ensino*. Rio de Janeiro: Editora Lucena .2002

MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista: O diálogo possível*. São Paulo. Ática. 1986.

MOREIRA, Memélia. As mulheres conquistam cidadania política. *Cadernos do Terceiro Mundo*. Ed. 242. 2002. Ano XXVII. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/cadernos/cadernos/perfil.htm>. Acesso em: 5 ago. 2006.15:38.

MOTOMURA, Marina. *Heloísa Helena lança candidatura independente*. UOL Eleições 2006. Disponível em <[eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/biografias/heloisa.jhtm](http://eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/biografias/heloisa.jhtm) -> Acesso em: 10 ago. 2006. 12:25.

OLIVEIRA, Ana Tereza Pinto de. *O Gênero entrevista na imprensa escrita e sua relação com as modalidades da língua*. Idade Mídia. v.1, n. 1, 2002. Disponível em: [http://www.fiamfaam.br/comunicacao/projetos/inovacoes/idademidia/pdfs/art\\_111-116\\_im1.pdf](http://www.fiamfaam.br/comunicacao/projetos/inovacoes/idademidia/pdfs/art_111-116_im1.pdf). Acesso em: 2 set. 2006. 12:20.

OYAMA, Thaís. Entrevista: “O medo venceu”. *Vejaonline*. 1787 ed. jan. 2003 Disponível em <http://vejaonline.abril.com.br/notitia/servlet/newstorm.ns.presentation.NavigationServlet?publicationCode=1>. Acesso em 12 jul. 2006. 8:10.

PAIVA, Ângela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; Bezerra, Maria Auxiliadora. *Gêneros textuais e ensino*. RJ: Lucerna, 2002.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. *Marcas de oralidade na mídia impressa*. IV ENCONTRO NACIONAL DA LÍNGUA FALADA E ESCRITA. UFAL: Maceió, 25- 29 nov. 2002.

RESENDE, Viviane de Melo, RAMALHO, Viviane Vieira Sebba. *Análise de discurso crítica: do modelo tridimensional à articulação entre práticas sociais*. Brasília. Disponível in: <http://www.congressoaled2005.puc.cl/pdf/resende%20sebba.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2006. 10:48.

SALDIVAR, Glória Elizabeth. *A natureza heterogênea do discurso*. 2004. Disponível em: [http://www.discurso.ufrgs.br/article.php3?id\\_article=2](http://www.discurso.ufrgs.br/article.php3?id_article=2). Acesso em 10 set. 2006. 11:00.

SANTAELLA, Lúcia. *A produção da linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996.

SGARBIERI, Astrid Nilsson. *Discurso, Gênero, Ideologia e Política no Brasil*. Disponível em:< [www.congressoaled2005.puc.cl/pdf/sgarbieri.pdf](http://www.congressoaled2005.puc.cl/pdf/sgarbieri.pdf)>. Acesso em:21 ago. 00:47.

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estados Culturais*. Petrópolis: Vozes. 2002.

SQUARISI Dad; SALVADOR, Arlete. *A arte de escrever bem: um guia para jornalistas e profissionais do texto*. São Paulo: Contexto, 2004.

THOMPSON, John B. *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VIEIRA, Josênia A. A identidade da mulher na modernidade. In: *DELTA: Documentação de estudos em Linguagem lingüística, teórica e aplicada*. v. 21. n. spe. São Paulo, 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-44502005000300012&script=sci_arttext) Acesso em 16 set. 16:58.

VIEIRA, Josênia A. *Novas perspectivas para o texto: uma visão multimodal*. Brasília: Unb. 2003

WOODWARD, Kathryn. *Concepts of Identity and Difference*. Londres: Routledge, 2000.

ZAINKO, Maria Amélia Sabbag. A avaliação institucional da educação superior. *Revista Dialogo Educacional*. Curitiba: v.4, n.11. p. 13-31. jan/abr. 2004. Disponível em: [http://www2.pucpr.br/multimedia/mestr\\_educacao/n\\_11/artigo1.pdf](http://www2.pucpr.br/multimedia/mestr_educacao/n_11/artigo1.pdf). Acesso em : 15 ago 2006

UOL Eleições – *Campanha Presidencial*. Disponível em: [eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/biografias/heloisa.jhtm](http://eleicoes.uol.com.br/2006/campanha/biografias/heloisa.jhtm). Acesso em 20 set. 2006. 10:43.

## ANEXO

### "O medo venceu"

**A senadora petista critica o governo Lula, diz que o PT tem de se explicar à sociedade e fala em deixar o partido**

---

Thais Oyama



A senadora Heloísa Helena já comprou briga com o colega Antonio Carlos Magalhães, chamou o ex-senador Luiz Estevão de "riquinho ordinário" e foi vista emboscando o ex-ministro José Serra em um corredor do Congresso. Agora, a mais radical das vozes petistas no Senado está pronta para enfrentar o seu próprio partido. Menina pobre nascida no interior de Alagoas (perdeu o pai quando ainda era bebê e foi criada pela mãe, costureira), 40 anos, dois filhos, dois casamentos, Heloísa Helena é uma incendiária na tribuna. Fora dela, fala manso, cultiva cactos e chama suas interlocutoras de "flor". Nesta entrevista, ela critica os rumos do governo, espicaça o ministro José Dirceu e, fiel a seu estilo, responde aos que consideram intransigência o que ela qualifica de defesa de princípios: "Comigo, é quente ou frio. Morno, eu vomito". Por duas vezes, ao falar sobre sua eventual saída do PT, a senadora chorou.

***Veja – A senhora tem criticado muitas das decisões do PT no governo. Como está a sua relação com o partido?***

**Heloísa Helena** – Eu fiz uma promessa de Ano-Novo que vou revelar aqui. Um amigo meu me disse: Ló, essa onda está muito grande para você, a popularidade do presidente é enorme, a mídia toda está favorável, você não pode pegar essa onda. Mergulhe e fique quieta. Eu disse: está certo, mergulho. Mas e se, nesse mergulho, eu der de cara com o tubarão branco, que é a minha consciência? Então, a minha promessa de Ano-Novo é esta: não vou mergulhar.

***Veja – Qual é a sensação de ter seu próprio partido como adversário político?***

**Heloísa Helena** – É muito triste, muito angustiante. Eu sei de toda a dedicação que eu tive pelo PT. Hoje é fácil andar com uma estrelinha no peito, ser neolulista e neopetista por causa da condição de popstar do presidente e do amplo apoio que a mídia está dando ao governo. Mas eu que apanhei, tive minha casa metralhada, meus dentes quebrados... Esse partido não pertence a alguns poucos que acham que podem fazer com o PT o que quiserem porque ocupam espaços importantes nas instâncias de poder.

***Veja – A senhora discutiu com o ministro José Dirceu por ocasião da aprovação da indicação do presidente do Banco Central, Henrique Meirelles. Continua rompida com ele?***

**Heloísa Helena** – Muitas pessoas disseram que ficaram magoadas quando ele se referiu a mim na TV como "essa moça". Então, sobre esse rapaz, que é muito qualificado, eu digo apenas que espero que ele consiga honrar a sua trajetória de vida. Agora, todo mundo no PT sabe: eu sou absolutamente fácil de ser convencida pelo argumento. Mas, no cabresto, na força, é a pior tática para tentar me convencer. E, quando a força vem sem o respaldo da estrutura partidária ou, pior, quando a instância partidária é chamada só para legitimar ação de governo, fica mais difícil ainda.

***Veja – A senhora pensa em sair do PT?***

**Heloísa Helena** – Vou usar toda a minha capacidade de luta e de trabalho para, entre outras coisas, ajudar o PT a recordar os nossos entusiasmados discursos de oposição ao governo Fernando Henrique. Mas eu não sou masoquista e sempre soube que ser senadora é uma condição passageira. No dia em que, para estar na política, eu precisar me sentar à mesa com ladrões tolerados, daqueles que praticam tudo o que está no Código Penal e, mesmo assim, são recebidos com sorrisos e fanfarra nos salões da high society, vou comer giz na sala de aula. Volto, feliz, a lecionar na Universidade Federal de Alagoas. Para mim, é quente ou frio. Morno, eu vomito. Além disso, a minha relação de amor e de identidade não é com a sigla. É com um projeto que, ao

longo da história, foi representado por essa sigla. Quando ela não mais representar isso, por mais que eu chore abraçada com a estrela do PT, com aquilo que para mim vai ser memória, eu saio.

***Veja – Muita gente vai comemorar.***

**Heloísa Helena** – Eu sei disso. Até porque, do jeito que as coisas caminham, talvez eu acabe sendo para essas pessoas uma lembrança amarga. Mas partidos nascem e morrem. Às vezes, permanecem vivos do ponto de vista da legislação eleitoral, mas podem estar sepultados na sua razão de existir. Eu espero que o PT não seja em breve simplesmente uma memória histórica. Neste ano saberemos. É o ano mais importante da história do Partido dos Trabalhadores.

***Veja – Por quê?***

**Heloísa Helena** – É um ano em que nós vamos discutir contingenciamento, verba para política social, se vamos ou não vamos fazer o superávit que os parasitas do FMI querem. E é também o ano em que acontecerão as três principais contendas: a flexibilização da legislação trabalhista, a alteração da legislação previdenciária e a autonomia do Banco Central. E, no que diz respeito a esses três assuntos, não há concessão. De minha parte ao menos, não haverá nenhuma.

***Veja – A senhora é contra o projeto de unificação dos regimes de aposentadoria proposto pelo governo. Como, na sua opinião, se pode resolver o rombo da Previdência?***

**Heloísa Helena** – Eu tenho muita raiva quando começam com essa conversa de rombo da Previdência, porque ela esconde uma sonegação do próprio governo, que não repassa para o sistema a sua contrapartida. E ainda desvia – de forma ilegal, imoral e oficial – recursos que deveriam ir para lá. Essa história de rombo é uma cantilena enfadonha e mentirosa.

***Veja – A senhora se considera intransigente, como a classificam colegas do próprio PT?***

**Heloísa Helena** – Não é uma questão de intransigência nem de idéia fixa. Idéia fixa a gente só respeita em quem tem problemas de saúde mental. A questão é outra. Olhe: participamos de um plebiscito contra o pagamento da dívida externa. Aprovamos uma resolução que condena veementemente o acordo com o FMI e suas conseqüências – e isso no Encontro Nacional, que é a instância máxima da democracia partidária. Exigimos uma CPI para identificar os banqueiros que tiveram lucros de 1 000% por causa de informações privilegiadas. Agora, como podemos deixar que pessoas que participaram desse processo dentro da estrutura do Banco Central permaneçam na direção do Banco Central? Ou nós temos a obrigação de humildemente nos desculpar perante essas pessoas que acusamos, suas famílias e a sociedade, ou nós temos a obrigação de abrir procedimentos

investigatórios dentro da estrutura do governo.

***Veja – A senhora se refere a Tereza Grossi (diretora de fiscalização do Banco Central na gestão Armínio Fraga, que chegou a ser afastada do cargo por suspeita de envolvimento no escândalo do Banco Marka)?***

**Heloísa Helena** – Tem justificativa preservar a doutora Tereza Grossi? A dualidade inocente é uma condição da vida. Agora, a farsa a gente não pode aceitar. Ou nós estávamos fazendo vigarice política, ludibriando as pessoas quando ocupávamos a tribuna do Congresso para dizer essas coisas, e também quando pedíamos votos durante a campanha, ou nós temos de nos explicar agora. Porque o que não pode é se apropriar dos movimentos sociais para conseguir voto e depois fazer o discurso conforme o ouvinte. Isso eu não aceito e não aceitarei jamais.

***Veja – A senhora acha que Lula traiu o programa de governo?***

**Heloísa Helena** – Eu prefiro não responder a essa questão. Não acho justo centralizar tudo nele.

***Veja – A senhora conversou com o presidente depois da posse?***

**Heloísa Helena** – Não. Até entendo que, como presidente, ele esteja muito atarefado para isso. Mas não acredito que o que está acontecendo seja culpa de Lula, não é uma questão de malevolência individual. O que está havendo é uma inaceitável demonstração de fraqueza do partido, de não se apropriar de um momento tão belo para viabilizar as mudanças profundas de que o Brasil precisa e que o PT prometeu em seu programa. É muito triste dizer isso, mas eu acho que o medo venceu a esperança.

***Veja – Que tipo de reação essas críticas estão provocando?***

**Heloísa Helena** – Tem gente que diz que estou pregando sozinha no deserto. Eu sei que não estou. Mas, mesmo que estivesse acompanhada de mim mesma, eu estaria em boa companhia. Muita gente que gosta de mim me aconselhou a não dar esta entrevista, a parar de falar e de questionar o meu partido. Para mim, seria muito fácil ficar calminha, escondendo o que eu penso. Estaria partilhando das benesses do poder no meu Estado, indicando diretor do instituto não sei de quê.... Não só não estou como soube que andam dizendo por aí que estar numa lista de indicação da Heloísa Helena é garantia de ficar fora do governo. Eleitoralmente, isso é péssimo para mim. Porque pose e essas coisas simbólicas contam muito na política.

***Veja – E no PT também?***

**Heloísa Helena** – Claro. Eu falei do cinismo e da

dissimulação desses que chamei de neopetistas, mas isso não é justo. Como eu poderia criticar pessoas que de forma oportunista se declaram petistas de carteirinha se, muitas vezes, você vê o poder seduzir pessoas dentro do seu próprio partido?

**Veja – Como é essa sedução?**

**Heloísa Helena** – O poder é terrível. A gente precisa fazer um exercício diário para não se deixar seduzir por ele. Você está no aeroporto e vai para a sala vip, é convidada para viagens internacionais, tem as estruturas de bajulação que se montam em torno de você, todas as possibilidades que se abrem por causa do seu cargo. É por isso que lá em casa eu digo para os meus filhos: não tem essa história de sala vip nem de filho de senadora. Eu moro em apartamento funcional e o sofá que está lá é público. Portanto, meus meninos não podem sapatear no sofá.

**Veja – Por que a senhora se veste sempre da mesma maneira, de calça jeans e blusa branca?**

**Heloísa Helena** – Não tenho nenhum preconceito contra quem anda superarrumada, com 10 quilos de maquiagem no rosto ou 3 quilos daquela toxina... Como é o nome? Botox. Acho que as pessoas devem fazer as coisas que as deixam um pouco mais felizes, assim como devem respeitar as formas de os outros se sentirem bem e felizes. No meu caso, eu me visto assim por uma questão de praticidade.

**Veja – O fato de a senhora ter ido de vestido à cerimônia de posse do presidente chamou muita atenção. Isso a incomodou?**

**Heloísa Helena** – Eu nem vi nada, estava viajando. Mas minha mãe comprou as revistas e me contou.

**Veja – Suas pernas foram elogiadas.**

**Heloísa Helena** – Então está todo mundo doido, mesmo. Tenho dunas de celulite, trilhas de estrias. Mas sei que, entre os senadores, eles dizem esse tipo de coisa para me irritar. Como eu os irrito muito, eles também gostam de me provocar: "Ah, a senadora hoje está risonha" ou "Ah, senadora, mudou a cor da roupa?". Fazem isso porque sabem que conseguem me irritar.

**Veja – E por que esse tipo de coisa a irrita?**

**Heloísa Helena** – Porque é tudo uma besteirada. Quando cheguei à posse de vestido, vi de longe os senadores falando. Então, cheguei logo dizendo: "Acabou a brincadeira. Não quero comentário, viu?". Aí, eles ficaram quietos.

**Veja – É verdade que a senhora ameaçou o senador José Serra com uma espátula de abrir cartas?**

**Heloísa Helena** – Ele falou coisas de que eu não gostei e

fui conversar com ele.

**Veja – *Com uma espátula na mão, senadora?***

**Heloísa Helena** – Se tem uma coisa que eu não suporto é gente que fica com futrica, que vem falar da minha vida pessoal. Eu não falo de ninguém e não admito que falem de mim. Ainda mais quando se trata de mentiras abjetas.

**Veja – *A senhora acha que foi vítima de machismo no episódio em que foi acusada de ter votado contra a cassação do senador Luiz Estevão em razão de uma suposta relação amorosa que teria tido com ele?***

**Heloísa Helena** – Aquilo me deixou profundas cicatrizes na alma. O argumento utilizado ali não era só machista – era vil, desqualificado. Quando eu leio o que tive de dizer na tribuna do plenário naquele episódio... *(em discurso na tribuna, a senadora disse, entre outras coisas, que vomitava em homens como Luiz Estevão, "riquinhos e ordinários")*. Mas não me arrependo. Talvez eu me arrependa é de não ter dado uns tabefes em certas pessoas.