

## A MÍDIA IMPRESSA E O ENSINO DE LÍNGUA PORTUGUESA: NOVOS OLHARES E PERSPECTIVAS DE ENSINO

**Allan de Andrade LINHARES<sup>1</sup>**

Doutorando em Língua Portuguesa/PUC-SP

**Ivan Almeida ROZÁRIO JÚNIOR<sup>2</sup>**

Doutorando em Língua Portuguesa/PUC-SP

### RESUMO

O artigo pretende refletir sobre o ensino de língua portuguesa por meio dos gêneros discursivos de esfera jornalística, visando à construção de uma nova perspectiva de olhar para a mídia impressa. Tendo como objeto de análise as capas e manchetes de revistas e jornais, dialoga-se com os documentos oficiais da educação brasileira e com teóricos da ciência da linguagem, a fim de perceber as estratégias linguísticas e discursivas usadas pela mídia no processo de construção da realidade discursiva.

**Palavras-chave:** Ensino de língua portuguesa. Gêneros discursivos. Mídia impressa.

### Considerações iniciais

O ensino de língua portuguesa, por muitos anos, esteve atrelado à exploração da gramática, tanto no aspecto prescritivo quanto analítico, devido a fatores sociais e culturais da época, portanto, “ensinar Português era levar ao conhecimento (ou reconhecimento) dos alunos as regras gramaticais, de funcionamento dessa variedade linguística de prestígio” (BEZERRA, 2005, p. 37). Com a constante evolução dos estudos linguísticos e de suas interações com as demais áreas do conhecimento – em especial à de educação, constatou-se que estudar a linguagem vai muito além do domínio das estruturas linguísticas, principalmente quando ela é vista como um processo de interação entre sujeitos sócio-historicamente situados, conforme preconizam os Parâmetros Curriculares Nacionais (2000), as Orientações Curriculares para o Ensino Médio (2006) e demais publicações voltadas ao ensino da língua portuguesa, todas elas consonantes com a visão dos estudos da linguagem na atualidade.

---

<sup>1</sup> Endereço eletrônico: andrades55@hotmail.com

<sup>2</sup> Endereço eletrônico: ivanrozario@gmail.com

A partir dessa nova perspectiva, o trabalho com os gêneros do discurso (BAKHTIN, 1997; 2011) é colocado em evidência no ensino da língua portuguesa, uma vez que Bakhtin, como indicia Cunha (2005), propõe um conceito de gênero a partir de critérios não-linguísticos,

as condições específicas e as finalidades de cada uma das esferas da atividade humana, o conteúdo temático, o estilo da língua e a construção composicional. Nesse contexto, os gêneros têm uma forma relativamente estável, que os falantes reconhecem e usam, uma vez que a linguagem só se realiza em gêneros. (CUNHA, 2005, p. 169)

Considerando que o processo de produção do gênero do discurso está vinculado ao processo de interação dos sujeitos sociais, uma vez que “só se age na interação, só se diz no agir e a ação motiva certos tipos de enunciados” (FIORIN, 2016, p. 68), pode-se dizer que o estudo dos gêneros da esfera jornalística, nas aulas de Língua Portuguesa, desempenha um papel significativo no desenvolvimento de habilidades e competências sociocomunicativas, capazes de promover a construção do pensamento crítico dos alunos, de sua capacidade de agir no e sobre o mundo, a fim de perceberem os efeitos de sentidos de um determinado enunciado por meio de uma “compreensão ativa em que o leitor aceita, reformula, contrapõe, complementa as informações do texto conforme seus conhecimentos e experiências” (SOUZA, 2005, p. 59).

Nesse artigo, pretende-se descortinar as possibilidades de ensino de Língua Portuguesa por meio dos gêneros discursivos produzidos na esfera jornalística – em especial as notícias (incluem-se capas e manchetes) de revistas e jornais, visando a perceber as estratégias linguísticas e discursivas empregadas pela mídia escrita no processo de construção da realidade discursiva. O intuito não é difundir um modelo metodológico de trabalho, mas, sim, ampliar a reflexão de um gênero discursivo da mídia impressa com o qual os alunos têm contato no dia a dia.

### **O estudo dos discursos da mídia nas aulas de Língua Portuguesa**

Os discursos, vistos como práticas sociais de produção, circulação e consumo de enunciados produzidos em um processo de interação social, são construídos no interior de instituições, logo, essa instituição constitui-se a partir de um quadro de referência decorrente de uma situação de comunicação. Esse quadro assemelha-se a “um palco, com suas restrições

de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico” (CHARAUDEAU, 2012, p. 67).

Diante disso, pode-se inferir que os discursos assumem papel vital na reprodução, manutenção ou transformação das representações criadas pelas pessoas e das relações e identidades com as quais se definem na sociedade, uma vez que por meio dos textos travam-se as batalhas que conduzem os participantes de um processo comunicacional a obterem o reconhecimento do aspecto hegemônico de seu discurso por seus receptores. Os parceiros da comunicação, portanto, estabelecem entre si um certo acordo (*contrato de comunicação*) sobre como serão realizadas as suas trocas linguageiras a partir do reconhecimento da situação de comunicação. Segundo Charaudeau (2012), o contrato de comunicação é resultado das características inerentes à situação de troca (dados externos<sup>3</sup>) e das características dos discursos dela decorrentes (dados internos<sup>4</sup>).

Considerando os gêneros discursivos produzidos (e inseridos) na esfera jornalística, é possível dizer que eles hierarquizam sentidos e valores. As instituições jornalísticas, geralmente, usam de um “poder” para construir realidades, manipular os enunciatários a que se destinam, apresentam versões da realidade. Acredita-se que o jornal ordena e disciplina e, para tanto, “constitui a realidade que ele mesmo apresenta como sendo a realidade feita de fatos” (BUCCI, 2003, p. 9). Depreende-se, assim, que a linguagem constrói, discursivamente, a realidade.

Compreender, então, as estratégias linguísticas e discursivas que moldam a produção do gênero discursivo, em uma dada esfera da atividade humana, torna-se mais significativo quando os alunos são provocados para além das estruturas da língua, buscando os aspectos ideológicos que perpassam o texto e os possíveis efeitos de sentido que dele emergem. Nesse percurso de leitura e compreensão ativa, faz-se necessário acionar todo o repertório sócio-histórico-cultural, haja vista que “é evidente que a produção de sentidos é muito complexa, incluindo, além dos elementos verbais e não-verbais, uma série de não ditos, porções de texto que serão inseridas em função dos conhecimentos partilhados entre os interlocutores” (CUNHA, 2005, p. 167).

---

<sup>3</sup> Os dados externos, considerando o tipo de condição de enunciação, podem ser agrupados nas seguintes categorias: *condição de identidade*, *condição de finalidade*, *condição de propósito* e *condição de dispositivo* (CHARAUDEAU, 2012, p. 68).

<sup>4</sup> Os dados internos são aqueles propriamente discursivos, referem-se aos comportamentos linguageiros e se repartem em três espaços: o espaço de *locução*, o espaço de *relação*, o espaço de *tematização* (CHARAUDEAU, 2012, p. 70)

Nessa perspectiva, o trabalho com os gêneros discursivos da esfera midiática pode ter consequências positivas nas aulas de língua portuguesa,

pois leva em conta seus usos e funções numa situação comunicativa, [...] as aulas podem deixar de ter um caráter dogmático e/ou fossilizado, [...] e o aluno poderá construir seu conhecimento na interação com o objeto de estudo, mediado por parceiros mais experientes. (BEZERRA, 2005, p. 41)

### Os gêneros discursivos na mídia impressa – a notícia

Na esfera da atividade jornalística, vários gêneros são produzidos, tais como, a notícia, o editorial, a reportagem, a carta do leitor, o artigo de opinião, a crônica, dentre outros que podem emergir no âmbito dessa atividade linguageira, “uma vez que as possibilidades da ação humana são inesgotáveis” (FIORIN, 2016, p. 71). Essa dinamicidade do gênero do discurso decorre exatamente das condições de produção do enunciado que são determinadas em um espaço-tempo. Como bem afirma o linguista,

não só cada gênero está em incessante alteração, também está em contínua mudança o seu repertório, pois, à medida que as esferas de atividade se desenvolvem e ficam mais complexas, gêneros desaparecem ou aparecem, gêneros diferenciam-se, gêneros ganham um novo sentido. Com o aparecimento da internet, novos gêneros surgem: o chat, o blog, o e-mail, etc. (FIORIN, 2016, p. 73)

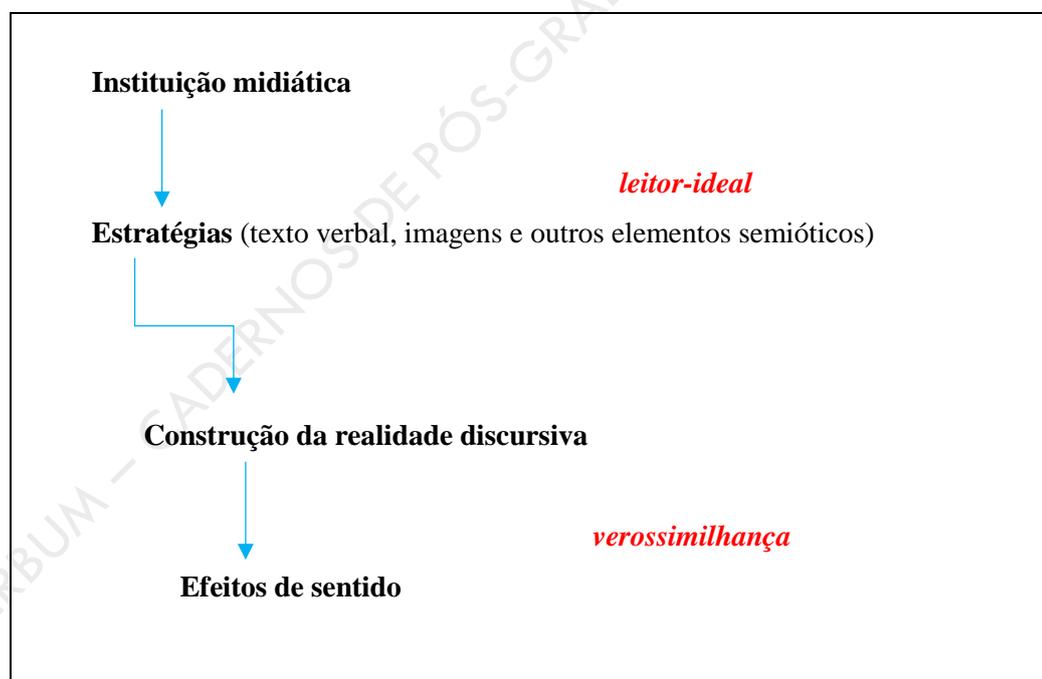
Além disso, esclarece Vieira *et al.* (2007, p. 23), “[...] o gênero discursivo não deve ser considerado um único fator na produção de sentidos, mas apenas um deles, tendo em vista que os seres humanos produzem e comunicam significações de vários modos”. Nessa linha de pensamento, declara Koch (2005, p. 17), “o sentido de um texto é, portanto, construído na interação texto-sujeitos (ou texto-co-enunciadores) e não algo que preexista a essa interação”.

Para desenvolver um trabalho com os gêneros discursivos da esfera midiática – considerando aqui a notícia como o objeto de análise –, é importante entender que os discursos são produzidos considerando uma dada finalidade, um objetivo que sustenta as escolhas discursivas. Charaudeau (2012) denomina de *visadas* as possíveis influências sobre o que se enuncia e como se enuncia, considerando as intenções dos enunciadores. São quatro os tipos de visadas: *fazer fazer*, *fazer saber*, *fazer crer* e *fazer sentir*. A visada *fazer saber* (informativa) consiste em “[...] transmitir um saber a quem se presume não possuí-lo”. (CHARAUDEAU, 2012, p. 69). Já a visada do *páthos*, *fazer sentir*, consiste em “[...]”

provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável” (CHARAUDEAU, 2012, p. 69).

No processo de construção da notícia, a instância midiática, aquela que, na produção, “[...] integra os diferentes atores que contribuem para determinar a instância de enunciação discursiva” (CHARAUDEAU, 2012, p.73-74), pondera valores, crenças, o lugar social da instância de recepção. Tal instância pode ser abordada pela instância midiática como alvo intelectual ou alvo afetivo. De acordo com Charaudeau (2012), o alvo intelectual é capaz de avaliar seu interesse para aquilo que lhe é disponível pela instância midiática. Já o alvo afetivo avalia a notícia movido pela emoção, não procede, portanto, a uma avaliação racional. Os jornais e revistas populares (chamados *sensacionalistas*), considerando o público a que se dirigem, selecionam recursos que ativam a emoção visando a comover/provocar os seus leitores.

Para compreender o processo de construção da realidade discursiva, com base nas reflexões construídas em Charaudeau (2012) e em Bucci (2003), é importante observar o esquema abaixo:



No processo de produção do discurso midiático, a instituição jornalística é representada na figura do jornalista que, apropriando-se da função social de informar, idealiza o seu provável leitor e se coloca como simples fornecedor da informação, um *mediador* entre os acontecimentos do mundo e sua representação pública. O discurso construído é para um

leitor engendrado, haja vista que este é desconhecido ao enunciador (jornalista) que, hipoteticamente, julga-se o porta-voz de uma informação que será útil a seu enunciatário.

A partir dessa construção idealizada do sujeito-alvo, o enunciador seleciona as *estratégias multimodais*<sup>5</sup> que vão ao encontro de sua intencionalidade discursiva, trazendo ao leitor os acontecimentos cuja materialidade se dá apenas no e pelo discurso. Nesse processo de construção da realidade discursiva, são variados os modos de representação da linguagem (semioses), que se integram na construção de significados em interações sociais. Conforme esclarece Descardecí (2002),

[...] qualquer que seja o texto escrito, ele é multimodal, isto é, composto por mais de um modo de representação. Em uma página, além do código escrito, outras formas de representação como a diagramação da página (*layout*), a cor e a qualidade do papel, o formato e a cor (ou cores) das letras, a formatação do parágrafo, etc., interferem na mensagem a ser comunicada. Decorre desse postulado teórico que nenhum sinal ou código pode ser entendido ou estudado com sucesso em isolamento, uma vez que se complementam na composição da mensagem. (DESCARDECI, 2002, p. 20)

O termo *multimodalidade* é cunhado nos trabalhos de Kress e Van Leeuwen (1996) e Kress (2010) ao levarem em consideração os diferentes modos de representação da linguagem (palavras, sons, cores, imagens, *layouts etc.*) na construção de sentidos, resultante dessa inter-relação. Kress e Van Leeuwen (1996) orientam que, em um trabalho de análise,

[...] procuramos não ver a imagem como uma ilustração do texto verbal, e, desse modo, deixamos não só de tratar o texto verbal como prioritário e mais importante, como também de tratar o texto visual e verbal como elementos totalmente discretos. Procuramos ser capazes de olhar para toda a página como um texto integrado. (KRESS e VAN LEEUWEN, 1996, p. 177)

Os autores propõem, então, uma visão integradora entre diferentes modos de linguagem, interpretar o texto com a atenção voltada apenas à língua escrita ou oral já não é suficiente, uma vez que ele é a materialidade de uma combinação de vários modos semióticos. Portanto, ao se apropriar do estudo das estratégias multimodais presentes em gêneros discursivos de esfera jornalística, o professor de Língua Portuguesa contribui para o desenvolvimento de um olhar crítico, tornando os seus alunos menos manipuláveis e repetidores de realidades discursiva e ideologicamente construídas.

<sup>5</sup> Entende-se por estratégias multimodais o complexo jogo de elementos gráficos, como escrita, cor, imagens, enquadramento, diagramação, espaço entre imagens, o texto verbal e outros elementos semióticos. Ver em KRESS, G.; VAN LEEUWEN T. *Reading images: the grammar of visual design*. Londres; Nova York: Routledge, 1996.

Além disso, é imprescindível que os fatos/relatos jornalísticos atendam o mínimo de veracidade, o que fará da instituição jornalística uma fonte crível e comprometida com a sua função social. Dessa forma, “tornar verossímil é tentar fazer crer que o relato corresponde à reconstituição mais provável, apresentando-se o dito como o mais fiel possível ao fato tal como se realizou” (CHARAUDEAU, 2012, p. 89). Por sua vez, levando em consideração que o discurso se constrói nas práticas sociais de interação entre os sujeitos, pode-se também dizer que os efeitos de sentido que dele emergem são estritamente dialógicos, dada a relação com o outro.

### Exemplos de gêneros discursivos da esfera jornalística – novas perspectivas de ensino

O gênero do discurso são formas de apreender a realidade; de acordo com Fiorin (2016, p. 76), “une estabilidade e instabilidade, permanência e mudança”, pois a sua produção leva em consideração a prática social de onde emergiu. Por outro lado, o efeito de sentido presente nele não é estático, pois há uma ressignificação conforme o tempo e o espaço.

#### Peça 1:



Jornal *Meia Hora*, 02/12/2011

A capa do jornal carioca *Meia Hora*, publicada em dezembro de 2011, apropria-se de uma linguagem sensacionalista, potencial herdeira das matrizes culturais da modernidade. Considera-se sensacionalista a publicação que trazer as seguintes características:

- 1- a ênfase em temas criminais ou extraordinários, enfocando preferencialmente o corpo em suas dimensões escatológica e sexual;
- 2- presença de marcas da oralidade na construção do texto, implicando em uma relação de cotidianidade com o leitor;
- 3- a percepção de uma série de marcas sensoriais espalhadas pelo texto como a utilização de verbos e expressões corporais (arma “fumegante”, voz “gélida”, “treme” de terror etc.), bem como a utilização da prosopopeia como figura de linguagem fundamental para dar vida aos objetos em cena;
- 4- a utilização de estratégias editoriais para evidenciar o apelo sensacional: manchetes “garrafais”, muitas vezes seguidas por subtítulos jocosos ou impactantes; presença constante de ilustrações, como fotos com detalhes do crime ou tragédia, imagens lacrimosas, histórias em quadrinho reconstruindo a história do acontecimento, etc.;
- 5- na construção narrativa, a recorrência de uma estrutura simplificadora e maniqueísta;
- 6- relação entre jornal sensacionalista e seu consumo por camadas de menor poder aquisitivo, que, por diversas razões, seriam manipuladas e acreditariam estar consumindo uma imprensa “popular” (...) quando, no fundo, estariam consumindo um jornalismo comercial feito para vender e alienar. (ENNE, 2007, p. 2-3 citado por SELIGMAN; COZER, 2009, p. 5)

Marcada pelo jogo de palavras que resulta em duplos sentidos, a capa traz a ambiguidade agora vista como estratégia discursiva que evidencia o tom sensacionalista. Usa-se o verbo *abandonar* remetendo à ideia de separação, de abandono, como se, por uma razão negativa, a dupla de apresentadores (e casal na vida real) tivesse desfeito a parceria, o que é esclarecido com a leitura do texto da notícia que, por sua vez, justifica a saída da jornalista como âncora do Jornal Nacional, da TV Globo, para se dedicar à apresentação de um programa de auditório na mesma emissora. Na mesma manchete, a expressão “*vai fazer programa*”, a princípio, é carregada de duplo sentido, uma vez que ela também alude a um trabalho sexual, ou seja, ir fazer programa equivale à prostituição dentro do contexto sociocultural de circulação do jornal.

Ainda em relação à peça em análise, não se pode desconsiderar o dialogismo que o enunciador estabelece entre as duas manchetes presentes na capa, dividida em dois planos enunciativos que dialogam imagética e discursivamente entre si. O enunciador apresenta no primeiro plano da capa a foto da modelo Bárbara Evans, remetendo, inicialmente, à divulgação do ensaio fotográfico realizado pela modelo. No entanto, ao apresentar uma foto estritamente apelativa que traz os seios da modelo quase à mostra, o enunciador vai construindo um discurso destoante com a aparente finalidade da publicação (informar sobre o ensaio), o que é ainda mais reforçado com o texto verbal que legenda a imagem: “*Delícia, assim você me mata! Ai, se eu te pego!*”.

O enunciado verbal, trecho de uma música popular chamada *Ai, se eu te pego*, do cantor Michel Teló, faz alusão à ideia de mulher coisa, de mulher vendável, além de ser carregado de um tom depreciativo por meio do qual se tem marcada a objetificação da mulher, suficiente para a construção de uma representação negativa da mulher. Constatase, portanto, que dois planos enunciativos – já que há dois objetos do discurso –, coadunam-se por relações semântico-discursivas, uma vez que “*vai fazer programa*” dialoga com a imagem exuberante e quase desnuda da modelo.

Diante dessa construção discursiva, percebe-se, na notícia, que o foco está mais centrado na consequência e não na causa, isto é, nos efeitos de sentido acionados a partir de sua leitura. Outro ponto em destaque é o caráter subjetivo, as marcas deixadas pelo enunciator na construção de seu discurso, revelando um alto grau de comprometimento frente ao que enuncia, afinal, “o enunciado é uma posição assumida por um enunciator, é um sentido” (FIORIN, 2016, p. 57), que será ratificado ou rechaçado na interação dialógica com o outro (o leitor-alvo). Alertar o aluno acerca do uso dessas estratégias multimodais e o quanto elas podem comprometer o enunciator em relação ao discurso que produz é imprescindível, pois só assim se torna capaz de identificar os fios ideológicos que perpassam na relação entre instituição jornalística e público-leitor.

## Peça 2:



Diário de S. Paulo, 20/10/2013

Já em relação à notícia (peça 2), publicada no *Diário de S. Paulo*, em outubro de 2013, e cujo assunto tratava das ações de vandalismo realizadas pelos mascarados do Black

Bloc<sup>6</sup>, durante um protesto de ativistas dos direitos dos animais contra o Instituto Royal, constatam-se um tom sensacionalista e a utilização de estratégias multimodais pelo enunciador do jornal, revelando um propósito de construir um efeito de sentido alinhado por suas tendências e valores. Dessas estratégias, destacar-se-ão algumas:

O título da manchete do jornal *Cachorrada* aparece no canto superior esquerdo, em letras caixa alta e de cor branca, posto em evidência em relação ao fundo colorido. O vocábulo escolhido antecipa a posição do enunciador por meio de um tom apreciativo acerca da postura dos *black blocs*. A manchete apresenta, pois, o fato e ao mesmo tempo constrói uma avaliação sobre ele [o fato], ocorrência típica em jornais populares. Na capa do jornal paulista, o enunciador estrategicamente constrói um adjetivo pelo substantivo cachorro – já que toda a matéria deveria dar destaque ao movimento dos ativistas que negavam o uso dos cachorros da raça *Beagle* em pesquisas, por meio do acréscimo do sufixo *-ada*, designativo de abundância, aglomeração, coleção, como no caso de *boiada*. Todavia, esse sufixo foi tomado, pejorativamente, na construção realizada pelo jornal.

Outro aspecto sobre o vocábulo *cachorrada* diz respeito a uma metáfora-gíria, segundo Dias (2008). O vocábulo, empregado com propósito sensacionalista, cria um traço humorístico, recurso recorrente nos jornais populares. O traço desta metáfora “[...] consiste em designar uma coisa por uma de suas qualidades, um de seus aspectos conhecidos como permanente e essencial” (GUIRAUD, 1966, p. 55 citado por DIAS, 2008, p. 90). Por essa razão, é facilmente compreensível pelo povo devido a sua ocorrência no dia a dia.

O chapéu da notícia *Vira-latas das causas justas* também acentua a postura de descrédito dada à postura dos mascarados. Percebemos que, ao fazer uso de *cachorrada*, *vira-lata*, foi montada uma rede semântica com o foco em animais, em virtude de esses termos pertencerem a um mesmo campo de sentido. A ativação desses frames exigia dos leitores recorrerem aos seus modelos conceituais, a fim de que a interação fosse, satisfatoriamente, construída e a intenção comunicativa do enunciador ativada/construída.

A imagem do carro em chamas dialoga com as escolhas lexicais *bota fogo*, marcando um propósito do enunciador. Esse aspecto é reforçado pela posição das imagens, visto que o autor da ação (botar fogo) aparece em realce, ou seja, é dado a ele o destaque da ação que

---

<sup>6</sup> O termo *Black Bloc* (bloco negro, em inglês) refere-se a uma tática de manifestações de rua, desenvolvida desde a década de 1980, para garantir a autodefesa dos manifestantes diante de ações repressivas das forças policiais. Constitui-se na formação de um bloco de pessoas vestidas de negro que participam em grupo nas manifestações, tapando seus rostos com máscaras, capacetes ou panos para evitar o reconhecimento e a perseguição policial. Disponível em <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiadobrasil/black-bloc-movimento-ou-tatica.htm>. Acesso em 21.set. 2016.

aparece ao fundo. Tal fato está de acordo com as colocações de Vieira *et al* (2007, p. 27), ao dizer que,

Em essência, nenhuma imagem é natural ou semiótica em si mesma. Todas são convencionais e resultam de construção cultural e social. Por essa razão, em qualquer análise deve-se procurar identificar os valores e as regras de organização desses sistemas de significados. Que elementos não-verbais se relacionam com as imagens? Como as imagens se articulam? Que ideologias são veiculadas por elas? Com relação ao texto, como ocorre a composição com as imagens? (VIEIRA *et al*, 2007, p. 27)

É possível perceber que o *Diário de São Paulo* priorizou, nos discursos da capa, a consequência do movimento, e não o objetivo, sendo assim, é importante considerar que todos os produtos da mídia aparecem extremamente carregados de valores ideológicos. Levantar, então, os aspectos éticos e profissionais da instituição jornalística e de seu compromisso com a verdade, sem deixar a informação tendenciosa, é um procedimento didático que promove um debate saudável e a compreensão do jogo semântico na produção do gênero pelos alunos.

Nos dizeres de Vieira *et al* (2007), ao iniciar a análise de um texto multissemiótico, é indispensável ultrapassar o aspecto formal. Isso não significa que a estrutura seja desconsiderada em benefício da função, mas simplesmente que “[...] não devemos nos fixar apenas na análise de aspectos gramaticais e linguísticos. Antes, juntamente com o texto, devemos considerar o contexto linguístico, o situacional e, sobretudo, o contexto cultural” (VIEIRA *et al*, 2007, p. 29).

### Peça 3:



Veja, 11/03/2016.

Na imagem de capa da revista *Veja*, publicada em março de 2016, a construção discursiva da realidade se dá potencialmente pelo uso das estratégias multimodais, seja pelo fundo negro da imagem associado à cor do paletó, ou pelas expressões faciais do rosto evidenciando, caricaturalmente, uma criatura selvagem, demoníaca, que direciona a sua ira e o seu olhar petrificador contra os seus adversários (quicá inimigos) políticos.

Levando-se em conta que “todo enunciado é uma resposta a um já-dito, seja numa situação imediata, seja num contexto mais amplo” (CUNHA, 2005, p. 168), a capa do periódico semanal traz a interdiscursividade como elemento determinante para a compreensão dos efeitos de sentidos provenientes do enunciado concreto, haja vista que este se apropria de repertórios sócio-histórico e culturais para marcar o tom avaliativo e provocar no leitor o riso causado pela satirização da figura do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Recorrendo ao contexto histórico, a capa da edição do periódico foi construída a partir do pronunciamento do ex-presidente Lula após ter sido conduzido coercitivamente à sede da Polícia Federal, localizada no Aeroporto de Congonhas, em março deste ano, pelo fato de ter sido acusado de participar de esquemas de corrupção pela operação *Lava-jato*. Na ocasião, ele disse que “a jararaca estava viva” e acrescentou que para matar a “jararaca” deveriam pisar na cabeça dela, mas acabaram pisando no rabo. A comparação de sua própria imagem com a de uma cobra jararaca, espécie de serpente cujo veneno é mortal, acaba revelando as relações de poder demarcadas no cenário político brasileiro, e, indiretamente, o seu próprio poder político (ou de suas influências) frente às ações apreendidas pela Polícia Federal.

Pode-se dizer que existem, portanto, duas representações do sujeito – objeto do discurso –, que dialogam na referida capa: a primeira, o próprio objeto do discurso da revista constrói uma imagem de si, ou seja, é ele que se denomina a própria “jararaca”, não com o intuito de se autorridicularizar, mas, sim, de mostrar a seus adversários que não é um político fraco, sendo potente tal como a jararaca; já a segunda, revela a imagem que a instituição jornalística constrói do Lula, assemelhando-o à personagem Medusa da mitologia grega. Essa metáfora não é gratuita, uma vez que, assim como nos conta a mitologia, em que a personagem é condenada injustamente por atos não realizados e é presa em um feitiço, o ex-presidente Lula também se vê diante de uma situação de injustiça.

Como se pode ver, a capa publicada pela revista *Veja* possui um fio discursivo tendencioso e manipulador da instituição jornalística diante do fato que pretende informar, há um tom apreciativo que, por meio da ridicularização da imagem do ex-presidente Lula, induz

a opinião pública a compartilhar do mesmo juízo de valor construído por ela [a revista *Veja*]. Por outro lado, a leitura da capa não é unívoca, admitindo-se, pois, outras interpretações, principalmente porque a palavra (no sentido bakhtiniano) é habitada pela voz de outrem e carregada de sentidos diferentes, ou seja, é polifônica por natureza.

Discutir os valores que norteiam a construção do discurso, pela via do tom depreciativo, em que o enunciador não se coloca no lugar do outro (exotopia<sup>7</sup>), é extremamente relevante nas aulas de língua portuguesa, ainda mais considerando os traços interdisciplinares marcados no gênero discursivo em análise.

O atual cenário da sociedade brasileira demonstra a permanente conflitualidade nas relações de poder, e as mídias, ainda que qualificadas como o “quarto poder” pelo senso comum, não podem produzir discursos de poder, por mais que “o poder de que se pode falar é o de uma influência através do *fazer saber*, do *fazer pensar* e do *fazer sentir*” (CHARAUDEAU, 2012, p. 124).

Diante das ações empreendidas pela mídia – em especial a impressa, em que o *fazer sentir* sobrepõe-se ao *fazer saber*, a possibilidade de desvirtuar-se do real papel social que ela assume (ou deveria assumir) é um risco iminente. Percebe-se uma mídia extremamente passional que busca, na adesão de seus leitores, estabelecer uma hegemonia na qual as diferenças estão fadadas à marginalidade social. Portanto, ativar as lentes sociais e o pensamento crítico dos alunos é o melhor e mais eficaz instrumento de combate à manipulação midiática.

### **Considerações finais**

O ensino da Língua Portuguesa deve levar em consideração a dimensão dialógica da linguagem como ponto de partida, visto que “permite o reconhecimento de pontos de vistas diferentes sobre um mesmo objeto de estudo e a formação de um ponto de vista próprio” (PCN, 2000, p. 21). Nessa perspectiva, o estudo dos gêneros do discurso torna-se imprescindível, já que eles englobam a plenitude do uso da linguagem em todas as suas peculiaridades.

É por meio das práticas sociais, na constante relação dialógica entre os sujeitos, que os gêneros se materializam, metamorfoseiam-se e modernizam a linguagem, vista como o lugar pleno de interação dos sujeitos sociais e de construção de sentidos, num tempo e num

<sup>7</sup> No dizer de AMORIM (2006), é o desdobramento de olhares a partir de um lugar exterior. Esse lugar exterior permite, conforme Bakhtin, que se veja do sujeito algo que o próprio sujeito nunca por ver.

espaço. Conseqüentemente, o sentido já não estará nas formas da língua, mas, sim, num conjunto de semiologias, ou seja, de elementos produtores de sentido, que se atualizam na interação.

Desse modo, fazer da aula de Língua Portuguesa um acontecimento é possibilitar ao aluno ampliar a sua competência crítica, política e social, que o habilite para uma ação responsável em seu ambiente social, não mais pelas vias da manipulação. É instrumentalizá-lo de uma nova consciência ética perpassada na alteridade, apropriando-se de seus direitos e deveres como cidadão.

## Referências

AMORIM, M. Exotopia e cronotopo. In BRAIT, B. (org.). *Bakhtin: outros conceitos-chave*. São Paulo: Contexto, 2006.

BAKHTIN, M. M. *Estética da criação verbal*. Tradução do russo: Paulo Bezerra. 6ª. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BEZERRA, M. A. Ensino de língua portuguesa e contextos teórico-metodológicos. In DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.). *Gêneros textuais e ensino*. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

BRASIL, Ministério da Educação. *Orientações Curriculares Nacionais para o Ensino Médio*. Linguagens, códigos e suas tecnologias. Secretaria da Educação Básica. Brasília: Ministério da Educação, 2006.

BRASIL, Ministério da Educação. *Parâmetros Curriculares Nacionais*. Ensino Médio. Parte II: Linguagens, códigos e suas tecnologias. Secretaria da Educação Básica. Brasília: Ministério da Educação, 2000.

BUCCI, E. O jornalismo ordenador. In GOMES, M. R. *Poder no jornalismo: discorrer, disciplinar, controlar*. São Paulo: Hacker, 2003.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. Trad. Ângela S. M. Corrêa. 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

CUNHA, D. A. C. O funcionamento dialógico em notícias e artigos de opinião. In DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.). *Gêneros textuais e ensino*. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

DESCARDECI, M. A. S. Ler o mundo: um olhar através da semiótica social. In: *ETD – Educação Temática Digital*, Campinas, v. 3, n. 2, p. 19-26, jun. 2002.

DIAS, A. R. F. *O discurso da violência: as marcas da oralidade no jornalismo popular*. 3ª. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

KOCH, I. G. V. *Desvendando os segredos do texto*. 4ª. ed. São Paulo: Cortez, 2005.

KRESS & VAN LEEUWEN, T. *Reading Images – The grammar of visual Design*. London: Routledge, 1996.

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

SELIGMAN, L.; COZER, K. R. B. *Jornais populares de qualidade: ética, e sensacionalismo em um novo padrão de jornalismo de interior catarinense*. Rio de Janeiro: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornais-seligman.pdf>>. Acesso em 20.set.2016.

SOUZA, L. V. Gêneros jornalísticos no letramento inicial. In DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Orgs.). *Gêneros textuais e ensino*. 4ª. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

VIEIRA, A. V. Novas perspectivas para o texto: uma visão multissemiótica. In VIEIRA, A. V. et al. *Reflexões sobre a língua portuguesa: uma abordagem multimodal*. Petrópolis/RJ: Vozes, 2007.

#### **ABSTRACT**

*The present article intends to reflect on Portuguese language teaching through genres from journalistic atmosphere and aspiring to build a new perspective to view the print media. As the analysis object the covers and magazines headlines and newspapers, regarding the official documents from Brazilian education and theoretical language science, in order to realize the linguistic and discursive strategies used by the media in the discursive reality construction process.*

**Key words:** Portuguese language teaching, genre discursive, print media.

**Envio: Setembro/2016**  
**Aceito para publicação: Setembro/2016**