

ocorrido recentemente como consulta à sociedade brasileira sobre a proibição do comércio de armas e munições no Brasil. Neste caso, edições veiculadas entre 5 e 26 de outubro. Utilizamos o conceito de invariante referencial abordado por Eliseu Verón o qual afirma que o “acontecimento real” desempenha um papel de uma constante desconhecida, que se estudará apenas a manifestação através da semantização discursiva. “É preciso destacar, em primeiro lugar, que aquilo que chamamos invariante referencial constitui, na verdade, uma das condições de produção dos textos que vamos analisar, ou seja, trata-se de textos que devem ‘falar a mesma coisa’” (Verón, 2005: 91). No entanto, quando necessário, recorreremos a outras dessas revistas, mesmo que estivessem fora do recorte temporal, a fim de comprovar as estratégias utilizadas por cada publicação.

Os autores aos quais recorreremos são Verón (2005) com os conceitos de invariante referencial, como já foi mencionado, fundo semântico, metáfora visual, homogeneidade e heterogeneidade semântica, homogeneidade e heterogeneidade significante; Bakhtin (1995), com as proposições a respeito de polifonia e dialogismo; Authier-Revuz (1990), quando nos referimos a heterogeneidade enunciativa, constituída pelas heterogeneidades mostrada e heterogeneidade constitutiva; e Magalhães (2003), outro estudioso que também trabalha com temas como as disputas de sentido travadas entre as revistas semanais.

2 – Análise de discursos

Em 1969 é fundada a Escola Francesa de Análise de Discurso, que tem como um dos principais objetivos o estabelecimento de um procedimento automático para a leitura de discursos previamente selecionados. A organização desses discursos é baseada em critérios que levam em consideração a homogeneidade quanto às condições de produção e a esse corpus dá-se o nome de arquivo. Através desse procedimento automático de leitura, o arquivo é reduzido a frases de base que correspondem a uma mesma matriz ideológica de certo contexto histórico. Assim, entende-se que a produção dos discursos é influenciada pelas condições de produção, os sujeitos (assujeitados) obedecem a regras que os obrigam a agir ou falar de certa maneira.

Com a introdução do conceito de *Formações Discursivas*, que designa conjuntos de enunciados que podem ser associados a um mesmo sistema de regras historicamente determinadas (Foucault 1969b), inicia-se uma nova fase da Análise de Discursos. Nessa época, a interdisciplina privilegiada é a História, pois os corpus de análise se constituem principalmente de manifestos, discursos orais arquivados, panfletos etc.

Numa terceira fase, autores como Bakhtin, Authier-Revuz, Magalhães, Verón, vêm contribuir para o aparecimento de novos conceitos e maneiras diferentes das fases anteriores de aplicar a Análise de Discursos.

A heterogeneidade enunciativa é um dos postulados da Teoria dos Discursos Sociais. Ela contesta a idéia de que o indivíduo controla totalmente as representações do seu discurso. De acordo com Semiologia da terceira geração o discurso é composto por diversas vozes em que a consciência e o controle fogem ao locutor se manifestando nos atos enunciativos, ou seja, o discurso estaria contaminado por diversas vozes. Essa característica é denominada de *polifonia* por Bakhtin.

Para referir-se à relação que há entre o *Eu* e o *Outro*, em que o *Eu* só se constitui na presença do *Outro* e em diálogo com este, Bakhtin propôs o conceito de *dialogismo*. Este termo consiste na discussão que há entre outros enunciados no interior de um mesmo enunciado. O dialogismo pode, muitas vezes, ser confundido com a polifonia. No entanto, nesta não há discussão, as vozes são apenas uma presença como atravessamento, não se remete a outras vozes. Já no caso do dialogismo, trava-se uma disputa, remete-se e recupera-se outros enunciados. Nesta discussão, responde-se a questões levantadas por outro enunciado ou suscitam-se questões aos que virão.

Adotaremos aqui a concepção de Semiologia proposta por Araújo (2000), que é a de “ciência que estuda os fenômenos sociais como fenômenos de produção de sentidos”. Desta forma, os efeitos de sentido daí decorrentes manifestam-se nos textos, nas imagens, na diagramação das páginas, enfim, manifestam-se através dos discursos produzidos por esses suportes de imprensa.

A Semiologia propõe o termo sentido e pretende semantizá-lo com os atributos que percebe nos fenômenos sociais: a pluralidade, o dinamismo e a propriedade de se constituir a cada situação de comunicação. Na perspectiva do sentido, o que realmente importa é o processo, não a estrutura. Decorrentes dessa natureza dinâmica do conceito são os termos produção de sentido e efeitos de sentido. (Araújo, 2000:120)

Diferentemente da noção de sentido, o termo significado liga-se mais ao método estruturalista de análise, que vê nas estruturas o significado, fechado, isolado e imobilizado pelo analista. Ao contrário, de acordo com a Teoria dos Discursos Sociais, os sentidos são múltiplos, infinitos. Remete-se, então, para um dos postulados com o qual a análise de discursos trabalha, que é o da semiose infinita: esta consiste na idéia de que cada significante remete a outro significante, não se chegando a um sentido estável, a não ser provisoriamente.

3 – Multiplicidade de vozes

O dialogismo está presente nos discursos das revistas semanais de informação. A produção do enunciado de uma revista intervém na construção do enunciado de outra. No caso de *Veja* e *IstoÉ*, a concorrência ideológica e de mercado culmina numa disputa de sentidos que ambas realizam. Muitas vezes, uma revista dialoga com a outra debatendo sobre determinado assunto, disputando quem realmente é detentora da verdade e da credibilidade do leitor.

A mídia impressa recorre a diferentes *modos de dizer*, adequando o enunciado aos objetivos visados, mas sempre na intenção de persuadir o leitor a fim de produzir a última palavra perante o fato. Mais do que a batalha pelo destinatário, há uma disputa pela referência de credibilidade. Em várias situações do cotidiano percebe-se que os receptores muitas vezes utilizam os discursos das revistas para comprovar seus argumentos durante diálogos, não por que estes sejam os corretos, mas por terem sido mencionados por um meio de comunicação reconhecido na sociedade: “*vi isso na Veja*”, “*foi publicado na IstoÉ*”.

Partindo da polifonia proposta por Bakhtin (1995), Authier-Revuz (1982) procura categorizar duas formas de heterogeneidade presentes nos discursos. Na primeira, denominada de *heterogeneidade constitutiva*, o discurso sofre a interferência de diversas vozes sem que o sujeito tenha consciência disso, recorrendo-se à psicanálise lacaniana. Tal discurso está na cultura, na História, na língua, portanto, é constitutivo. Já na segunda, a *heterogeneidade mostrada*, o discurso do outro é localizável, pois é pronunciado no momento em que se fala – discurso de superfície –, assim é possível assinalar o discurso através de formas não-marcadas (discurso indireto livre, alusões, ironia etc.) ou formas marcadas (por meio de aspas). Essa distinção entre os tipos de heterogeneidade constitui-se como uma das principais características da terceira fase, de acordo com Pêcheux (1983).

Dentro do postulado apresentado por Authier-Revuz (1982), apresenta-se ainda a teoria da enunciação de Benveniste (1988), que desvela não só as formas pelas quais o *Eu* se constitui e se posiciona discursivamente, mas também o *Tu*, em outras palavras, o interlocutor. Esse autor define o sujeito como referência do *aparelho formal da enunciação*, distingue entre *sujeito da enunciação* e *sujeito do enunciado*. O primeiro é o lugar idealizado do *Eu*, a imagem do *Eu*, não se constituindo o sujeito real. É a forma que o *Eu* se conceitua no próprio discurso. No entanto, os sujeitos do enunciado são aqueles que aparecem como personagens do texto.

4 - Modalidades imagéticas do discurso

No processo de construção das capas de revistas, Verón (2005) propõe cinco modos de agenciamentos de sentido que caracterizam estes semanários, dos quais nos deteremos em dois que servirão para a análise: *fundo semântico* e *metáforas visuais*.

No *fundo semântico* a imagem perde seu peso referencial (figura 1): “deve simplesmente evocar, de uma maneira ou de outra, o campo semântico designado pelo texto que a acompanha”. Geralmente, empregam-se elementos já concebidos pela cultura, ou seja, tal evocação é fruto, em geral, de uma associação que mobiliza um elemento tirado do reservatório das estereotípias visuais, dos costumes. A recorrência a estereotípias culturais do icônico é, então, sempre necessária levando constantemente à reiteração.

A noção de fundo semântico justifica-se por este caráter abstrato das imagens, tiradas com maior ou menor precisão do repertório de fantasias icônicas dos meios de comunicação de massa, no limite da decoração. É por isso que texto pode ser inscrito sobre a imagem. É por isso que os casos decorativos puros não nos parece depender de uma outra modalidade; eles são, ao contrário, o caso-limite desse processo do fundo semântico. (VERÓN, 2005: 174)



Figura 1

Inserido no *fundo semântico*, há o conceito de *circularidade*: texto e imagem reenviam um ao outro, num equilíbrio semântico fechado. A imagem se torna aí, a *visualização de um conceito* e não o testemunho de um acontecimento particular: a imagem de um acessório papal isolado, sem estar sendo utilizado, associada ao texto, fornece a idéia da eleição de um novo líder da Igreja Católica.

Com relação às *metáforas visuais* (figura 2), há o emprego de imagens construídas, quer sejam fotográficas ou gráficas, associadas ao texto, assim produzindo o enunciado. Neste caso distancia-se da utilização clássica das imagens (constatação das condições reais de ocorrência, ou melhor, quando os elementos da fotografia retratam o real com o impacto do acontecimento) na imprensa informativa. Há algumas exceções quando a organização das imagens satisfaz um arquétipo icônico em relação ao momento evocado pelo título. Em alguns casos, as imagens sugerem menos distanciamento do modelo testemunhal apresentando um fato particular, colocando-se assim em oposição ao fundo semântico.



Figura 2

Na capa de *Veja* de 11 de agosto de 2004, emprega – se uma *metáfora visual*. Com uma foto do então presidente do Banco Central, Henrique Meireles, retirada em outro contexto, faz-se uma montagem em que o mesmo procura apoiar-se numa bóia tentando salvar-se do afogamento. Nesta época, Meireles sofria inúmeras acusações sobre declarações inverídicas feitas à Receita Federal e à Justiça Eleitoral a respeito de seu patrimônio. Era necessário, ainda, que o mesmo prestasse explicações à sociedade acerca de lavagem de dinheiro e cargos fictícios. Ele devia salvar-se do afogamento nas acusações, por isso o emprego da imagem construída. O Partido dos Trabalhadores (PT) forneceria os meios necessários para o salvamento, o que pode ser percebido através da visualização do logotipo do partido na bóia.

5 - Apresentação da invariante referencial

Em 22 de dezembro de 2003 entrou em vigor a Lei 10.826, conhecida como Estatuto de Desarmamento. Ela “dispõe sobre registro, posse e comercialização de armas de fogo e munição, sobre o Sistema Nacional de Armas – Sinarm, define crimes e dá outras providências”. A legislação originou-se no Ministério da Justiça e tramitou por uma Comissão Especial Mista do Congresso Nacional.

Nos parágrafos primeiro e segundo do artigo 35, do capítulo VI, o Estatuto dispõe sobre a necessidade da realização de um referendo popular para que vigorasse o ponto da lei que trata do fim do comércio de armas de fogo e munição no Brasil. Também é estabelecida a data para a materialização desta consulta, sendo designado o mês de outubro de 2005.

No referendo, a população deveria responder a uma pergunta: “o comércio de armas de fogo e munição deve ser proibido no Brasil?”. Os cidadãos tinham as opções de votar no SIM, no NÃO, votar em Branco ou Nulo. Estabeleceram-se, então, duas frentes, uma a favor da proibição – a Frente Parlamentar Brasil sem Armas, liderada pelo então presidente do Senado, Renan Calheiros -, e outra contra – a Frente Parlamentar pelo Direito da Legítima Defesa, comandada pelo deputado Alberto Fraga.

A partir de então, as duas Frentes começaram a articular-se na defesa de seus objetivos. Elas recorreram à propaganda gratuita no rádio e na televisão, como nas eleições tradicionais, por um período de vinte dias, além de utilizar como recurso a Internet, construindo sites próprios, e outros meios de comunicação.

Além disso, a mídia se voltou, durante este período, a discutir sobre o tema: artigos foram publicados a respeito, programas televisivos entrevistavam autoridades que se posicionavam contra ou a favor da proibição, enfim, abriu-se durante esse contexto uma amplo debate que chamou a atenção da população.

6 - Circularidade: imagem e texto

Em 5 de outubro de 2005, a revista *Veja* publicou uma edição cuja capa (Figura 3) continha a expressão “Referendo das armas: 7 razões para votar não – A proibição vai desarmar a população e fortalecer o arsenal dos bandidos”.

Já em 12 de outubro de 2005, a revista *IstoÉ* publica uma edição em que a reportagem de capa (Figura 4), também versando sobre o referendo, trazia como título “Referendo das armas: 7 razões para votar SIM; 7 razões para votar NÃO – Só você decide”. Percebe-se já, a partir desse fato, a disputa de sentido travada pelas duas revistas.

Em primeiro lugar, é possível observar a *referência* que a revista *IstoÉ* faz à revista *Veja*, quando utiliza o mesmo tipo e tamanho de letra, títulos semelhantes (Referendo das armas; 7 razões para votar Sim, 7 razões para votar Não), e a cor amarela para a opção escolhida pelo semanário. Quando *IstoÉ* emprega a expressão “Só você decide”, procura demonstrar-se imparcial diante do acontecimento, deixando ao leitor a tarefa de escolher sua opção, diferentemente de *Veja*, que impõe seu ponto de vista e seu voto pelo Não. No entanto, é possível perceber que *IstoÉ* também se posiciona, mas a favor do Sim.

Outro aspecto que pode ser analisado na capa de *IstoÉ* de 12 de outubro de 2005 é o fato do nome da revista ter sido impresso com a cor vermelha e contorno branco. A expressão “7 razões para votar não”, da mesma forma, aparece em vermelho e contornada em branco. Na parte inferior da capa tem-se “Só você decide” em branco com um traço vermelho abaixo. A leitura desses elementos pode ser a seguinte: *IstoÉ* afirma que optar por *7 razões para votar não* é algo que *só você decide*, fazendo-se, assim, uma referência ao que *Veja* publicou na semana anterior.

Não só a cor amarela, utilizada na capa, representa o *posicionamento* adotado pelas revistas. Há, no interior das publicações elementos que comprovam esse fato.



Figura 3

Na capa de *Veja* (Figura 3), há um desenho de um homem representando com as mãos o símbolo da paz, uma *metáfora visual*, cercado de armas apontadas para ele. Ironicamente, a revista

mostra através da imagem, a situação à qual ela acredita que ficarão aqueles que optarem pelo Sim: o cidadão vê como única forma de defesa representar o símbolo da paz como se fizesse clemência às armas que lhe cercam. Estas armas representam a situação atual da violência, que é provocada pelo arsenal que está nas mãos dos bandidos.

De acordo com Verón (2005), a homogeneidade semântica relaciona-se com a existência de elementos que denotem um só tema, e na heterogeneidade semântica, são abordados assuntos diferentes. Ele ainda refere-se à homogeneidade do ponto de vista significativa, que diz respeito à presença somente de texto ou somente de imagem na capa, e à heterogeneidade significativa, em que são empregados textos e imagens ao mesmo tempo. Portanto, com relação à capa de *Veja*, há *homogeneidade semântica*, porque os textos e as imagens impressos tratam do mesmo assunto, e *heterogeneidade significativa*, já que é constatada a utilização de texto e imagem.



Figura 4

Na capa de *IstoÉ* (Figura 4), tem-se a figura de uma arma abaixo do título “Referendo das armas” e entre as duas opções: “7 razões para votar Sim, 7 razões para votar não”. A arma no meio, sob a construção de um *fundo semântico*, apontada para o leitor, transmite a idéia de que o mesmo não tem como escapar da tarefa de escolher uma das opções. Traz ainda a expressão “Só você decide”, interpelando o leitor e debatendo com *Veja*, que não deu espaço para a escolha de uma opção contrária à que a mesma impôs. Percebe-se um dialogismo entre as revistas, quando *IstoÉ*, uma semana depois de *VEJA* publicada, emprega um título igual e de mesma cor – “Referendo das armas” – impresso pela concorrente.

Na mídia, as imagens são colocadas para persuadir o receptor acerca de um posicionamento, uma ideologia. Dependendo da intenção do emissor, as imagens podem aparecer na vertical, horizontal, em uma página ou outra, havendo, assim, vários mecanismos para adaptá-las ao objetivo visado pelo sujeito emissor. Da mesma forma, Magalhães (2003, p.62) afirma que

inexiste imagem neutra ou pura (...) a imagem é um produto cultural, portanto, social. Deste modo, sempre de um querer dizer algo para alguém. Mesmo a imagem que se pretenda isenta de linguagem (...) é prenhe de sentido: a visualidade e a sensibilidade se entremesclam no pântano milenar impronunciável.

Levando em consideração o conceito de *fundo semântico* (Verón, 2005: 171), segundo o qual, como já mencionado, a imagem sozinha não transmite completamente o objetivo do enunciado, necessitando, portanto, do texto, percebe-se que a construção do discurso nas revistas *Veja* e *IstoÉ*

unem estrategicamente esses dois elementos. Na capa de *Veja*, a afirmação de que a “proibição do comércio de armas de fogo e munição no Brasil vai desarmar a população e fortalecer o arsenal dos bandidos” é reforçada com a utilização da imagem construída. Já em *IstoÉ*, a arma no meio apontada para o leitor entre o Sim e o Não transmite a idéia de que ele não tem como fugir de uma escolha, o que é reforçado pela frase “só você decide”.



Figura 5

A revista *Veja* emprega na reportagem mecanismos que mesclam imagem e texto para convencer o público. Um desses mecanismos é a utilização de esquemas (Figura 5) impactantes e de quadros didáticos, que trazem informações sobre as formas de consulta popular e quando foram utilizadas.

IstoÉ, em sua reportagem, utiliza depoimentos de pessoas comuns que vivenciaram situações envolvendo armas. São 7 pessoas que contam uma história e que defendem a proibição do comércio de armas e munição e outras 7 que defendem o contrário. Para dar maior veracidade aos depoimentos, *IstoÉ* coloca ao lado de cada história uma foto da pessoa que está narrando a situação vivenciada, algumas em cadeira de rodas, ou de braços cruzados, outras segurando retratos de alguém que sofreu com a utilização de uma arma, sempre tentando fazer uma ligação entre o texto e a imagem e provocando um *efeito de verdade*. Assim, o leitor poderá ter a certeza de que ali é narrado um acontecimento real e não apenas uma situação hipotética.

7 – In parcialidade das revistas

Quando *Veja*, na capa, afirma que “a proibição vai desarmar a população e fortalecer o arsenal dos bandidos”, demonstra, claramente, seu posicionamento com relação ao referendo. Por que colocar 7 razões para votar Não, se a população tem duas opções? Há aí uma tentativa de fazer o receptor aderir ao ponto de vista do semanário, utilizando várias estratégias para este fim.

Uma dessas estratégias é o emprego do discurso autorizado, quando cita depoimentos de economistas, professores, profissionais na área de segurança e pesquisadores, que corroboram com o posicionamento da revista. Assim, a mesma perpassa a idéia, por exemplo, de que a pergunta do referendo foi mal formulada e, para qualificar seu pensamento, coloca a fala de um pesquisador.

A maneira como a pergunta do referendo foi formulada é, em si, desonesta. ‘Se me pedissem para formular a questão do referendo de modo que o resultado fosse favorável ao desarmamento, eu teria feito exatamente a frase que será apresentada aos eleitores’, diz José Paulo Hernandez, diretor de pesquisa da Gallup Organization. (Veja, 5 out. 2005)

Observa-se que, no momento em que a revista utiliza o discurso de um secretário de segurança pública para falar sobre desarmamento, está evidente que ela quer persuadir o leitor de um posicionamento através de discursos de autoridade. Isso pode ser constatado porque houve uma seleção de vozes para a construção do enunciado e, obviamente, os entrevistados de *Veja* que seguiam a corrente do Sim, se contrapondo ao discurso do semanário, não tiveram suas falas retratadas na matéria. Assim, temos em diversos momentos a utilização vozes como a de José Paulo Hernandez, pesquisador da Gallup Organization; José Vicente da Silva Filho, ex-secretário nacional de Segurança Pública; a do ex-presidente da República Fernando Collor de Melo; Hugo Leal, secretário de Justiça e Direitos do Cidadão do Rio de Janeiro; dentre outros.

O *recurso didático* (gráficos, quadros explicativos), estratégia discursiva utilizada por ambas as revistas, fornecendo mais informações e de maneira acessível, tem a função não de esclarecer, mas a de persuadir. Em *Veja*, principalmente, é possível observar dados científicos que dão credibilidade e reconhecimento ao seu discurso. Em Figura 6 um quadro sobre as formas de consulta popular publicado em *Veja*, e em Figura 7 em quadro explicativo utilizado por *IstoÉ*.

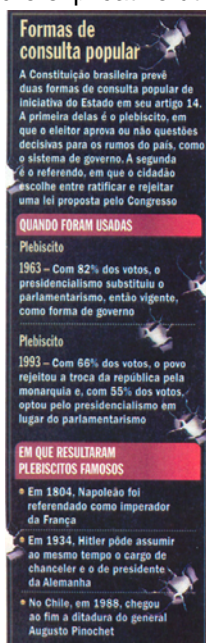


Figura 6

Esclareça suas dúvidas

▶ Situação atual
 Pessoa física pode comprar armas?
 Sim.
 Pessoa física pode registrar?
 Sim, o registro é obrigatório na Polícia Federal.
 Existe porte de armas?
 Não. O porte de armas é proibido.
 É permitido o transporte de armas de uma residência para outra ou de local de trabalho para casa?
 Não. É crime transportar ou portar armas de fogo.

▶ Vitória do NÃO, permitindo a venda de armas e munições
 Pessoa física pode comprar armas?
 Sim.
 Pessoa física pode registrar?
 Sim, o registro é obrigatório na Polícia Federal.
 Existe porte de armas?
 Não. O porte de armas é proibido.
 É permitido o transporte de armas de uma residência para outra ou de local de trabalho para casa?
 Não. É crime transportar ou portar armas de fogo.

▶ Vitória do SIM, proibindo a venda de armas e munições
 Pessoa física pode comprar armas?
 Não.
 Pessoa física pode registrar?
 Sim, o registro das armas já existentes é obrigatório na Polícia Federal.
 Existe porte de armas?
 Não. O porte de armas é proibido.
 É permitido o transporte de armas de uma residência para outra ou de local de trabalho para casa?
 Não. É crime transportar ou portar armas de fogo.

Armas já registradas, guardadas dentro de casa
 A situação seguirá a mesma, qualquer que seja o resultado do referendo. Se o endereço é o que consta no registro da PF (de renovação obrigatória a cada três anos), é permitida sua posse. Manter em casa ou no trabalho armas não registradas é crime. Se a arma foi adquirida de forma legal, é crime mantê-la. O transporte de uma arma para outro local somente será autorizado em caso de mudança de endereço. As armas deverão estar fiscalizadas durante o transporte. No caso de casas residenciais, ou residência e local de trabalho, é necessário um registro para cada local, não podendo as armas serem levadas de um endereço para o outro.

Exceções
 Praticantes de tiro ao alvo, integrantes de entidades de esporte legalmente constituídas, poderão transportar suas armas registradas de suas residências para os locais de prática do esporte (vale para o SIM e para o NÃO).
 Monitores de áreas rurais que utilizam armas para fins de subsistência deverão solicitar o registro de caçador (vale para o SIM e para o NÃO).
 Pessoas físicas poderão requerer autorização temporária e limitada para porte de arma de fogo, desde que demonstrem estar atividade profissional de risco ou a existência de ameaça à sua integridade física. Os interessados deverão comparecer pessoalmente à Polícia Federal e aplicar psicológica com aprovação em teste psicológico (vale para o SIM e para o NÃO), dependendo do regulamento específico.
 Se a proibição da venda de armas e munições for aprovada, os praticantes de tiro e caçadores serão autorizados a comprar munição e novas armas diretamente dos fabricantes, sem autorização específica da Polícia Federal.
 Colocações de armas, fiscalizadas pelo Exército, já são autorizadas apenas a ser as armas, sem nenhum tipo de munição armazenado.




Figura 7

IstoÉ diz que “só você decide”, mas defende veladamente o Sim, tecendo inúmeros elogios às consultas populares. Trata-se de um debate de idéias no interior do enunciado, buscando desqualificar o discurso de *Veja* publicada uma semana antes. Para esta, o referendo não era necessário, pois já existia o Estatuto do Desarmamento. A expressão “só você decide” contém um *implícito* de que outros querem decidir por você, uma das características do dialogismo, já que ele tem a função de responder a enunciados anteriores ou posteriores. Neste caso, *IstoÉ* responde a um enunciado anterior, o de *Veja*. Apesar desta pesquisa não almejar medir o mérito das colocações de nenhuma das publicações, observa-se que *IstoÉ* foi mais fiel à realidade ao afirmar que o Estatuto só entraria em vigor com a realização do referendo, o que pode ser confirmado ao consultar essa legislação. No entanto, o importante aqui é verificar que as revistas têm vários *modos de dizer* para optar, até mesmo omitir ou deturpar informações.

O favoritismo de *IstoÉ* pela corrente do Sim, se manifesta em termos utilizados pela revista, como o *se*, na frase “se o comércio de armas de fogo e munições *deve* ser proibido no Brasil”. Quando retiramos o termo *se* temos uma afirmação imperativa¹. Observa-se na leitura da matéria de *IstoÉ* que há um embasamento emocional expressivo, pois utiliza depoimentos de pessoas comuns que vivenciaram situações envolvendo armas de fogo. A própria revista reconhece esse fato: “Nas páginas a seguir, *IstoÉ* apresenta sete razões para se optar pelo Sim – ou seja, pela proibição – e mais sete para se optar pelo Não – ou seja, pela manutenção da venda de armas e munições. Não são razões comuns, mas sustentadas pelo testemunho de 14 pessoas que tiveram suas vidas radicalmente alteradas quando um gatilho foi acionado. São histórias quase sempre dramáticas que emolduram posições surpreendentes, aparentemente contraditórias, mas sempre elucidativas”.

¹ O emprego de advérbios ou outros termos para construir um sentido, é bem explicitado por Milton José Pinto quando o mesmo trata de Operadores Modais, no capítulo “Dispositivos de Modalização”, que integra sua tese de doutorado, da ECO/UFRJ, sob o título “As marcas lingüísticas da enunciação – Esboço de uma gramática enunciativa do Português”, Numen: 1994, Rio de Janeiro.

Ao contrário, *Veja* apela para uma razão instrumental, ou seja, emprega falas de autoridades, dados estatísticos e pesquisas sobre outros referendos. A razão serve aí como mais um recurso para persuadir o leitor de *Veja*, e não simplesmente para informar.

Em 12 outubro de 2005, *Veja* publica uma edição em que a reportagem de capa não possuía aderência com a questão do referendo. No entanto, ela não deixa de abordar o assunto em seu interior. O tema é levantado na seção Carta ao Leitor, que teve como título “Sintonia com os Leitores”, onde faz uma auto-referência ao mencionar a edição anterior e falar da grande aceitação de seu posicionamento diante dos leitores. Expõe até mesmo um gráfico em que 59% dos seus leitores enviaram comentários concordando com sua forma de levantar o assunto. A mesma edição contém uma matéria que tem como título “Um tiro na razão”, que expõe mais argumentos para corroborar com os que foram expostos na publicação anterior. Mais uma vez a revista afirma a inutilidade do referendo, quando diz que “A campanha do referendo esconde o fato básico: o resultado não terá efeito sobre o crime”.

Em 19 de outubro de 2005, é publicada mais uma edição de *Veja* em que se menciona o referendo em questão. O fato é abordado agora pela seção Ponto de Vista, da escritora Lya Luft, num artigo cujo título é “Vou ser contra”, que serve também como mais uma construção discursiva que apoia o posicionamento de *Veja*.



Figura 8

Mais uma vez, *Veja* publica em 26 de outubro de 2005 (Figura 8), uma edição abordando a temática do referendo. O assunto é novamente matéria de capa da revista. Agora, o semanário retrata o tema após a realização da consulta popular e depois de ter tido como vitoriosa a sua opção. A matéria de capa tem como título “7 soluções testadas e aprovadas contra o crime – depois do referendo vamos ao que interessa”. O número 7 aparece como um *recurso anafórico*, na medida em que faz referência à edição publicada semanas antes pela mesma revista. Tem-se nesta capa duas armas de brinquedo, pois delas não saem balas, mas sim duas bandeiras, com Sim e Não inscritos em cada uma. A bandeira com a inscrição Sim é verde e a com inscrição Não, amarela. Mais uma vez o amarelo aparece ao lado do Não, que é o posicionamento da revista. No interior da revista, a matéria tem como título “Depois de brincar de referendo... é hora de falar sério”. A palavra brincar possui aderência com a capa, que apresenta duas armas de brinquedo e transmite a idéia que a revista já buscava passar desde a primeira edição sobre o assunto: o referendo não passou de uma perda de tempo, algo inútil. Com a vitória da Frente Parlamentar pelo Direito da Legítima Defesa, *Veja* confirma a posição e valoriza a possibilidade de deter a verdade. Assim, considera-se na condição de poder afirmar 7 soluções para combater o crime.



Figura 9

Em 19 de outubro de 2005, *IstoÉ* publica uma edição (Figura 9) que tem como matéria principal “Como gastar menos para manter a saúde”. A capa contém um *splash* no canto superior direito que faz referência à matéria “Matar ou morrer”, com as inscrições “Armas: Às vésperas do referendo acirra-se o duelo entre o Sim e o Não – Tire as últimas dúvidas antes de fazer sua opção”. Novamente, *IstoÉ* tenta simular imparcialidade, porém, quando se analisa o discurso proferido pelo semanário constata-se que existe um posicionamento a favor do Sim. Isso pode ser observado principalmente ao levarmos em consideração os termos utilizados na reportagem e, em especial, na forma como são conduzidos os argumentos na matéria.

No título “Com a vitória do SIM, fabricantes de armas vão continuar exportando e abastecendo militares”, *IstoÉ* explica dúvidas que os brasileiros podem ainda ter com relação ao SIM, como a questão da continuidade ou não da fabricação de armas no Brasil. Algumas pessoas poderiam pensar que com o fim do comércio de armas e munição no país as fábricas fechariam e inúmeros trabalhadores ficariam desempregados. A revista, então, coloca que mesmo com a vitória do SIM, as armas continuarão sendo produzidas para os militares e, portanto, as fábricas não serão extintas.

Na mesma matéria, a revista expõe ainda um quadro cujo título é “O que você precisa saber”, com sete perguntas e suas respectivas respostas, colocando as possíveis dúvidas ainda existentes, principalmente, com relação ao fim do comércio de armas de fogo e munição. A maioria dos questionamentos expostos e suas respostas procuram demonstrar que com a vitória do SIM e, conseqüentemente, com o fim do comércio de armas e munição no Brasil, a sociedade não sofrerá prejuízos. O quadro esclarece que não haverá demissões em massa nas indústrias, pois as armas continuarão sendo produzidas tanto para o uso de militares no Brasil como para exportações. Ele explica ainda que pessoas que morem em áreas isoladas e praticantes de tiro ao alvo poderão comprar munição e afirma que os seguranças privados continuarão a usar armas. Numas das explicações do quadro, há uma referência à matéria de *Veja* do dia 5 de outubro de 2005, cujo título é “Referendo da fumaça”. *IstoÉ* explica que a pergunta do referendo não é confusa, o contrário do que disse *Veja* em sua matéria.

8 – Conclusão

Num universo que engloba a concorrência por maior espaço no mercado e, conseqüentemente, maior consumo, esboça-se a disputa travada entre as publicações semanais de informação analisadas neste estudo. Cada revista utiliza as estratégias de acordo com seu interesse,

ou seja, aquilo que considera mais conveniente para conquistar a adesão dos leitores, manter os que já possui, e especialmente, dar a última palavra diante do acontecimento.

A enunciação é uma estratégia discursiva: os discursos são formulados sempre visando algum objetivo, seja o de convencer, romper ou conquistar a legitimidade diante do receptor. É constante a utilização dessa estratégia em todos os tipos de mídia, desde a impressa, passando pela radiofônica, televisiva, à virtual. Isso pôde ser constatado quando analisamos ambas as revistas. A todo o momento elas empregam diversos recursos tanto para desqualificar o discurso da concorrente como para fortalecer o seu.

Outra estratégia pode consistir na utilização do enunciado de outrem para validar o enunciado inicial ou ainda o sujeito colocar-se como maior detentor de conhecimento acerca do assunto abordado, numa atitude assimétrica, também com os objetivos de legitimar o discurso e persuadir o destinatário. *IstoÉ*, por exemplo, apropria-se do discurso de pessoas que vivenciaram situações envolvendo armas para desenvolver seu enunciado. *Veja*, emprega discursos de autoridades para convalidar seu enunciado e relata um histórico do uso de consultas populares no Brasil e no Mundo.

Esses semanários, entretanto, diferenciam-se quanto aos tipos de estratégias que utilizam. *Veja*, costuma recorrer ao emprego de discursos de autoridades, termos técnicos e científicos com frequência em suas matérias. Já *IstoÉ*, utiliza recursos mais próximos ao cotidiano do seu leitor, apelando, muitas vezes, para o lado emocional.

Apesar de serem ambas as revistas semanais de caráter informativo e de, geralmente, versarem sobre os mesmos assuntos, estes são abordados de formas diferentes, como foi ressaltado no parágrafo anterior. Percebe-se, também, a parcialidade presente nas matérias desses semanários, que possuem um discurso altamente editorializado e com a presença, ainda que implícita, de um posicionamento diante dos fatos. Isso foge a princípios básicos do jornalismo. Sabemos que a objetividade real não existe; há sempre a intervenção do sujeito nos enunciados, ainda que o mesmo não tenha a intenção. No entanto, a objetividade e a imparcialidade, constituem em pontos de partida nos quais a prática jornalística e, principalmente, a informativa, deve se basear.

Referências

- Araújo, I. (2000). 'O olhar semiológico in *A reconversão do olhar*', São Leopoldo: Unisinos.
- Authier-Revuz, J. (1990) 'Heterogeneidade(s) enunciativa(s)', *Cadernos de Estudos de Linguística*, 19: 25-42.
- Bakhtin, V. (1995). *Marxismo e filosofia da linguagem*, São Paulo: Hucitec.
- Barthes, R. (1993). *Elementos de semiologia*, São Paulo: Cultrix.
- Benveniste, E. (1989). *Problemas de lingüística geral I*, Campinas: Pontes.
- Charaudeau, P, & Maingueneau D. (2004). *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto.
- Costa, N. (2005). *O primado da prática: uma quarta época para a análise do discurso*, in *Práticas discursivas: exercícios analíticos*, Campinas, SP: Pontes.
- Magalhães, L. (2003) *Veja, Isto é, leis: produção e disputas de sentido na midi*, Teresina: UFPI.
- Pêcheux, M. (1990). *A análise de Discurso: três ÉPOCAS in Por uma Análise Automática do Discurso – uma introdução à obra de Michel Pêcheux*, Campinas, Unicamp.
- Saussure, F. (1991). *Curso de lingüística geral*, São Paulo: Cultrix.
- Verón, E. (2004). *Fragmentos de um tecido*, São Leopoldo: UNISINOS.

Veja

DEPOIS de brincar de referendo... é hora de falar sério. *Veja*, São Paulo, v.38, n. 43, 26 out. 2005 (Edição 1928)

EU vou ser contra. *Veja*, São Paulo, v.38, n. 42, 19 out. 2005 (Edição 1927). (Seção *Ponto de Vista*).

JORNALISMO sem fronteiras. *Veja*, São Paulo, v. 38, n. 40, 5 out. 2005 (Edição 1925). (Seção *Carta ao leitor*).

REFERENDO da fumaça . *Veja*, São Paulo, v.38, n. 40, 5 out. 2005 (Edição 1925).

SINTONIA com os leitores. *Veja*, São Paulo, v.38, n. 41, 12 out. 2005 (Edição 1926). (Seção *Carta ao leitor*).

UM tiro na razão. *Veja*, São Paulo, v.38, n. 41, 12 out. 2005 (Edição 1926).

Veja, São Paulo, v.37, n.32, 11 ago. 2004 (Edição 1866).

Veja, São Paulo, v.38, n.15, 13 abr. 2005 (Edição 1900).

IstoÉ

IstoÉ, São Paulo, n.1879, 19 out. 2005 (Seção *Cartas*).

MATAR ou morrer. *IstoÉ*, São Paulo, n.1879, 19 out. 2005.

SIM? Não? Só você decide. *IstoÉ*, São Paulo, n.1878, 12 out. 2005.