

A LEITURA CRÍTICA (DES)CONSTRUINDO SIGNIFICADOS: POSSIBILIDADE DE MUDANÇAS

Elitta Maria Bianchi Tessari*

RESUMO

A análise crítica do discurso (ACD) tem por objetivo expor a discriminação e os abusos do poder nos diferentes tipos de discurso, apontando como esses discursos dominantes e preconceituosos são transmitidos através do código linguístico. A imprensa escrita, como AIE, (Aparelho Ideológico do Estado), presta-se para perpetuar relações de dominação pela hegemonia do discurso, entretanto, também pode ser o lugar da luta hegemônica ao desnaturalizar as convenções discursivas naturalizadas. E nisso a ACD tem um importante papel a cumprir. Para tanto, um evento discursivo deve ser analisado sob três níveis interdependentes: *o do texto, o da prática discursiva e o da prática social*. Ao apontar como os discursos dominantes são transmitidos através do código linguístico, a ACD cria uma consciência nos leitores que podem iniciar as mudanças sociais, pois assim como a linguagem perpetua convenções sociais, ela também pode transformar as relações sociais. Nesse sentido, o presente artigo analisa um editorial de revista publicada para o gênero feminino.

Palavras-chave: hegemonia, imprensa escrita, análise crítica do discurso, linguagem, conscientização.

ABSTRACT

The critical analysis of the discourse (CAD) has as main objective to expose the discrimination and the abuse of power in different kinds of discourses, pointing out how these dominant and prejudiced discourses are conveyed through the linguistic code. The written press, as an IDS (Ideological Device of the State), lend itself to perpetuate relationships of domination through the hegemony of the discourse. However, it also can be the site of the hegemonic fight, when it denaturalizes the naturalized discursive conventions. At this point the CAD has an important role to play. To do so, a discursive

* Mestre em Letras - Linguística Aplicada - pela Universidade Católica de Pelotas (UCPel), RS, e professora do Ensino Fundamental e Médio da Escola de Educação Básica Francisco de Assis, Ijuí, RS. e-mail: elitta.tessari@unijui.tche.br

event must be analyzed under three interdependent levels: *the one of the text itself, the one of the discursive practice and the one of the social practice*. In pointing out how the dominant discourses are conveyed through the linguistic code, the CAD arises an awareness on the readers, who can start the social changes, because in the same way that language perpetuates social conventions, it also can transform social relationships. In this sense the present work analyses an editorial of a magazine published for female readers.

Keywords: hegemony, written press, critical analysis of the discourse, language, awareness.

A escola é a instituição socialmente responsável pelo ensino da leitura. Nesse processo, a figura do professor é central, pois é seu principal mediador. Assim, é preciso que o educador envolvido seja um cidadão crítico, reconheça a educação como um processo político e faça a opção sobre o tipo de cidadão que pretende formar: se homens livres ou dominados.

É nesse sentido que consideramos importante trazer algumas questões relativas a estudos com textos praticados socialmente, pois, como professores, temos o importante papel de provocar a reflexão crítica de nossos alunos. É a reflexão, que levará o educando

a superar as falsas concepções ideológicas, a perceber o caráter histórico e mutável das relações sociais e, portanto, reconhecer-se como sujeito na construção de si mesmo e da realidade, bem como capaz de participar na transformação das relações que julgue necessárias (AMARAL, 2003, p. 81).

Segundo Thompson e Fowler (apud PEDRO, 1994), a ideologia torna-se operante nas sociedades modernas ocidentais através da forma como o significado é mobilizado a partir da sua reprodução. Nesse processo, os meios de comunicação de massa têm um papel fundamental na construção de idéias transmitidas. A mídia atinge um número enorme de pessoas com seu discurso, o qual, por sua vez, faz parte de um discurso dominante que não é neutro.

Em relação a isso, Althusser (1998) afirma que essa reprodução é assegurada pelo exercício do poder do Estado nos Aparelhos de Estado: de um lado, o Aparelho (repressivo) do Estado (ARE) e de outro, o Aparelho Ideológico do Estado (AIE). A imprensa faz parte do AIE de informação que, como os demais AIE, funciona através da ideologia da "classe dominante", a qual mantém o poder do Estado.

A imprensa escrita é poderosa: transmite, como também consolida,

preconceitos e atitudes. Entretanto, sozinha não pode ser um agente de transformação, pois "seus efeitos são determinados pela maneira pela qual a agência humana a explora num contexto específico" (GRAFF, 1991, p. 33). Tendo isso em vista, trazemos um editorial de revista dirigida ao público feminino que, dependendo do contexto ideológico em que é desenvolvido, pode ser um instrumento de dominação ou libertação.

As revistas para mulheres constituem uma das instituições mais significativas para caracterizar a feminilidade e atingir um público expressivo, por isso é importante que se desconstruam seus textos como eventos discursivos e que se analisem suas características. Segundo Fairclough (1995), a linguagem determina e é determinada por relações sociais. É imprescindível, portanto, conscientizar as leitoras de que a linguagem constitui-nos enquanto sujeitos, como também estabelece nossa identidade para que, como agentes, possamos transformar as relações de poder.

Caldas-Coulthard (1994, p. 114) afirma que a linguagem codifica "os valores e as preocupações dos grupos sociais, transmitindo-os para as próximas gerações" e que através das práticas discursivas nos constituímos como sujeitos e nossas identidades são estabelecidas. Por isso, ainda segundo a autora, as teorias feministas e culturais contemporâneas têm colocado a linguagem como tema central de suas investigações.

Para Fairclough (1995), um evento discursivo deve ser analisado sob três níveis interdependentes: *o do texto, o da prática discursiva e o da prática social*.

No presente trabalho, é analisado um editorial de revista publicada especialmente para o gênero feminino. É investigada a linguagem dirigida às mulheres e o modo como a mulher é vista por esse meio de comunicação de massa. O editorial pertence à revista *Atrevida*, em anexo.

Para a análise do nível do texto, muitos analistas críticos de discurso baseiam-se na gramática sistêmica-funcional de Halliday (1985), a qual possibilita a análise do léxico e das estruturas oracionais em relação ao contexto sócio-cultural. Para ele, não se pode dissociar o texto de seu contexto de situação. Nesse nível de análise, há que se considerar três funções semânticas básicas da linguagem: *ideacional, interpessoal e textual*. Todas podem ser analisadas através de categorias léxico-gramaticais.

A função ideacional refere-se à representação das idéias analisadas através da categoria gramatical de transitividade que especifica os tipos de processos verbais, os participantes e as circunstâncias do evento discursivo. No editorial, temos participantes do evento discursivo e participantes gramaticais da categoria de transitividade.

Os participantes sociais do evento discursivo são explicitamente mencio-

nados no texto, inclusive com fotografia. Essa estratégia confere ao texto um tom informacional, conversacional. É como se a produtora do editorial estivesse conversando com a participante - tratada por **você/tu**, no caso, a leitora - sobre as pessoas que são apresentadas e as matérias publicadas.

No texto temos os seguintes grupos participantes:

1 o grupo dos participantes da equipe da revista: eu (a editora Catarina Arimatéia); nós;

2 o grupo dos que estão sendo apresentados às leitoras: os garotos;

3 você/tu: (leitora).

Confirma-se, portanto, a pluralidade de vozes que compõe o texto, atribuindo-lhe um caráter polifônico, dialógico.

Quanto aos participantes gramaticais da categoria de transitividade, segundo Halliday (1985), os mesmos determinam os tipos de processos que o verbo pode designar (mental, verbal ou accional). No caso do editorial analisado, os participantes são agentes de processos verbais, são os fazedores da ação, na sua maioria. Por exemplo, temos no texto: *coloco, preparamos, bate, dão, esperam, lambuzar*. Não há interesse em atenuar o processo verbal e esconder o seu agente. A esse tipo de texto interessa marcar bem os participantes sociais para conferir-lhes autoridade a fim de influenciar as posições a serem assumidas pelas leitoras/consumidoras, neste caso especialmente as adolescentes, enfatizando o seu caráter persuasivo.

A outra função semântica da linguagem, a interpessoal, expressa a atitude do escritor/falante no evento discursivo, indicando o comprometimento desse produtor com seu interlocutor e com o que está sendo dito. Através do estudo das categorias **modo** e **modalidade**, conceitos básicos da gramática funcional de Halliday (1985), pode-se verificar tanto o papel do produtor do evento discursivo como o do receptor. O **modo** refere-se a um tipo de variação gramatical que identifica cada oração como sendo declarativa, interrogativa ou imperativa, cujas funções são a afirmação, a pergunta, a ordem e a oferta.

No editorial analisado são utilizadas estratégias que simulam informalidade e tentam aproximar as consumidoras. Por exemplo, há perguntas que, mais do que realmente esperar respostas, tentam estabelecer um tom de conversa com as leitoras:

Linha 5 - "Quer ver só?"

Linhas 19 a 20 - "... e isso você não quer que aconteça, não é mesmo?"

Linha 24 - "Acha que é maluquice?"

No texto há o predomínio da oração imperativa em que a produtora do texto trata sua interlocutora (menina adolescente) como se conhecesse sua identidade, seus medos, suas preocupações, modo de agir e de pensar, inclusive seus sentimentos.

Linha 15 - "Comece desde já a ...".

Linha 22 - "... reúna os amigos e comece a se ...".

Linhas 29 a 30 - "Prepare uma surpresa: siga as sugestões ... e arrase".

No final do texto (linhas 32 a 37), entre orações declarativas e imperativas transparece uma contradição, pois, ao mesmo tempo em que a produtora do evento discursivo reforça a hegemonia de que a menina é quem tem que agradar aos meninos, reforça uma outra hegemonia, a rebeldia, característica do adolescente: o famoso "eu sou mais eu". "...dê uma olhada também em 'Garota ideal', uma pesquisa cheia de surpresas, em que os garotos dão a sua opinião sobre roupas, cabelo e maquiagem. Mas, atenção! O que vale é você se sentir bem consigo mesma e nunca mudar só porque é o que esperam de você". Com essas últimas orações, a produtora do evento acredita conquistar a confiança e a simpatia da leitora.

A forma imperativa da oração deixa claro o poder de autoridade sobre a leitora. No editorial aparece conjugada a essa forma, a forma condicional, oportunizando à produtora de textos apontar soluções para situações hipotéticas, reforçando essa autoridade. Não há o menor interesse em encobri-la. Exemplos:

Linhas 5 a 7 - "Se você mora longe da praia, programe uma viagem rápida ...".

Linhas 14-15 "E se for passar o carnaval na praia, comece desde já a separar bonés,..."

Linhas 20 a 21 - "Se a chuva não deixar...: reúna os amigos..."

A categoria **modalidade** na função interpessoal da linguagem refere-se à avaliação de probabilidade que produtores do evento discursivo tecem quanto ao poder exercido e a autoridade frente a seu interlocutor. Pelo estudo de modalidade, pode-se perceber o grau de comprometimento do enunciante em relação ao que está dizendo. São proposições intermediárias entre os pólos **sim e não**, entre o **é ou não é**. Questões de **probabilidade, obrigação, frequência e inclinação** são analisadas nessa categoria.

No editorial analisado, a produtora do texto assenta a maioria dos enunciados no eixo do saber, obrigando as leitoras a aderirem ao seu discurso, aceitando-o como verdadeiro. A autora faz uso da autoridade empregando a maior parte dos verbos no modo indicativo e na forma imperativa.

Linha 7 - "... programe uma viagem ...".

Linha 8 - "... e aproveite para ...".

Linha 15 - "... Comece desde já ...".

Linhas 22 e 23 - "... reúna os amigos e comece a se preparar ...".

Linha 31 – “E, como cabeça do menino é sempre um mistério, ...”.

Somente num exemplo é outorgada à leitora a possibilidade de aderir ou não ao discurso. (linha 26) – “... Mas, talvez o que esteja te preocupando ...”. O pouco uso de modos e de tempos verbais no subjuntivo confere ao enunciante um poder de autoridade.

Ainda no nível do texto, pode-se considerar o editorial como texto informal, personalizado e autopromocional. Exemplos de expressões que dão informalidade ao texto reforçada pelo uso de expressões características dos adolescentes:

(linhas 3 a 4) “... ainda há muito a agitar...”;

(linha 12) “... sem me lambuzar...”;

(linhas 18 a 19) “... o resultado é uma carinha de lagosta cozida...”

Exemplos de personalização do texto:

(linha 11): “... Eu não coloco o pé na areia...”;

(linhas 35 a 36): “... O que vale é você se sentir bem consigo mesma...”

O texto é autopromocional, pois promove a matéria da revista, convocando as leitoras à leitura, apresenta um problema e expõe a matéria que tem a solução.

O segundo nível, o da **prática discursiva**, teorizado por Fairclough (1995), diz respeito à produção, interpretação, distribuição e consumo de textos. Analisa-se como as pessoas produzem e interpretam os textos. Para o autor, cada texto é heterogêneo, pois sua constituição se dá a partir de discursos e gêneros diversos. Os textos, portanto, são polifônicos. Por trás do tom informacional e conversacional do discurso do texto, existe um trabalho de várias equipes de profissionais como jornalistas, repórteres, editoras de beleza, de moda e de comportamento. O objetivo dessa equipe é manter o sucesso da revista, que segundo McCracken (apud HEBERLE, 1994), têm de agradar às leitoras, mas sobretudo aos anunciantes, que, na maioria das vezes, selecionam o que será publicado. Agradar aos anunciantes significa perpetuar os padrões sociais em favor de quem tem poder, portanto da minoria, impondo à maioria padrões que lhes convêm, pois quem tem melhores condições de anunciar nas revistas e exigir são as empresas maiores.

O texto pode ser comparado a um cartão de visita da revista. Ele apresenta uma síntese das matérias principais abordadas e emprega a função conativa da linguagem com o objetivo de influenciar o comportamento da leitora e a induzir à leitura das matérias. O texto é uma propaganda da revista. Podemos constatar

isso pelo exemplo:

“E, como cabeça de menino é sempre um mistério, dê uma olhada em “Garota ideal”, uma pesquisa cheia de surpresas, em que os garotos dão a sua opinião sobre roupas, cabelo e maquiagem.” (linhas 31 a 34).

O editorial é de curta extensão (uma página) e tem caráter persuasivo, apontando, inclusive, soluções para resolver problemas e as posições que as leitoras devem assumir, principalmente no que diz respeito à esfera privada. “O coração bate mais rápido só em pensar que vai encontrar de novo aquele menino lindo? Prepare uma surpresa: siga as sugestões da matéria ‘Aluna nova? Não, visual novo’ e arrase!” (linhas 27 a 30).

A autora do editorial mostra-se tão próxima da leitora que finaliza com “Um beijo” e assina o texto. Podemos destacar ainda o título: “Vou te contar” com linguagem coloquial e foto colorida da produtora para identificá-la claramente.

A imprensa escrita, como AIE, presta-se para perpetuar relações de dominação pela hegemonia do discurso, entretanto também pode ser o lugar da luta hegemônica ao desnaturalizar as convenções discursivas naturalizadas. E nisso a ACD tem um importante papel a cumprir. Ao apontar como os discursos dominantes são transmitidos através do código lingüístico, a ACD cria uma consciência nos leitores que podem iniciar as mudanças sociais, pois assim como a linguagem perpetua convenções sociais, ela também pode transformar as relações sociais.

O terceiro nível, o da prática social, investiga o evento discursivo em relação ao que acontece num determinado contexto sociocultural. São analisadas questões de ideologia e política, relações sociais hegemônicas em relação ao texto. Hegemonia, segundo Gramsci (1971), é uma forma de dominação na qual um grupo dominante tem o consentimento de outros grupos quanto a suas práticas e ideologias, e os meios de comunicação de massa promovem a aceitação de idéias e crenças da classe dominante a fim de perpetuá-las. Obviamente, as revistas femininas não fogem dessa condição.

Conforme McCracken (apud HEBERLE, 1994), as mininarrativas que compõem as revistas femininas servem para perpetuar a hegemonia sobre o que é feminino e o comportamento que a mulher deve ter. No editorial, a enunciante do discurso ordena que a leitora leia uma matéria em que os garotos opinam sobre roupas, cabelo e maquiagem, perpetuando a idéia de que a mulher deve cuidar de sua aparência física para agradar ao sexo oposto, como se fosse ela a única responsável pelo sucesso ou fracasso do relacionamento.

Nesse mesmo texto há uma chamada para a matéria que trata do preparo do visual da menina adolescente ao voltar às aulas para reencontrar aquele “menino lindo”. Mais uma vez, a feminilidade deve ser ensinada, enquanto a masculinidade é natural. Fica implícito que o objetivo único e exclusivo da mulher

