

**UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA *JÚLIO DE MESQUITA FILHO*
FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS DE ARARAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA E LÍNGUA
PORTUGUESA**

LUZMARA CURCINO FERREIRA

**PRÁTICAS DE LEITURA CONTEMPORÂNEAS:
REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS DO LEITOR
INSCRITAS NA REVISTA *VEJA***

**ARARAQUARA- SP
DEZEMBRO, 2006**

**UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA *JÚLIO DE MESQUITA FILHO*
FACULDADE DE CIÊNCIAS E LETRAS DE ARARAQUARA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA E LÍNGUA
PORTUGUESA**

LUZMARA CURCINO FERREIRA

**PRÁTICAS DE LEITURA CONTEMPORÂNEAS:
REPRESENTAÇÕES DISCURSIVAS DO LEITOR
INSCRITAS NA REVISTA *VEJA***

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Lingüística e Língua Portuguesa da UNESP -
Universidade Estadual Paulista, *Campus* de
Arararaquara, para a obtenção do título de Doutora
em Lingüística e Língua Portuguesa.

Orientador: Prof. Dr. Valdir Heitor Barzotto

**ARARAQUARA- SP
DEZEMBRO, 2006**

Curcino Ferreira, Luzmara.

Práticas de Leitura Contemporâneas: Representações discursivas do leitor inscritas na revista *Veja* / Luzmara Curcino Ferreira. – Araraquara, 2006.

Folhas, 30 cm; p. 337

Tese (Doutorado em Lingüística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras.

Orientador: Valdir Heitor Barzotto

1. Lingüística. 2. Análise do Discurso. 3. Revista impressa. 4. Suporte. 5. Leitura. 6. Materialidade Discursiva

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Valdir Heitor Barzotto

Prof. Dr. Arnaldo Cortina

Profa. Dra. Lineide do Lago Salvador Môsca

Profa. Dra. Maria do Rosário Valencise Gregolin

Profa. Dra. Maria Inês Ghilardi Lucena

MEMBROS SUPLENTES

Profa. Dra. Marisa Martins Gama-Khalil

Profa. Dra. Vanice Maria Oliveira Sargentini

Prof. Dr. Cleudemar Alves Fernandes

Dedicatória

À minha mãe e ao meu pai

*Por terem me ensinado as
coisas da vida que não cabem na tese.*

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, Prof. Dr. Valdir Heitor Barzotto, por indicar seguramente os caminhos e por abrir delicadamente as possibilidades; por ter me oferecido, enfim, os rumos, sem nunca exigir que eu seguisse por uma única e exata direção, por nunca tolher minhas intuições.

Ao meu co-orientador estrangeiro, Prof. Dr. Roger Chartier, que me apresentou um certo modo de fazer História Cultural que muito tem a contribuir nos domínios da Análise do Discurso.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa da FCL/UNESP-Araraquara, em especial àqueles com quem convivi mais proximamente e que tive a grata satisfação de reconhecer como mestres: à Professora Dra. Letícia Marcondes Rezende, ao Prof. Dr. Arnaldo Cortina, à Professora Dra. Renata Marchezan, à Professora Dra. Rosane Berlinck e à Professora Dra. Maria do Rosário Gregolin.

A todos os Professores que contribuíram imensamente não apenas para a escrita desta tese, mas sobretudo para a minha formação, durante meu estágio de doutorado na École des Hautes Études en Sciences Sociales:

Prof. Dr. Jacques Revel (EHESS), Prof. Dr. Christian Delporte (UVSQ), Prof. Dr. Jean-Yves Mollier (UVSQ), Prof. Dr. Frédéric Barbier (EPHE), Prof. Dr. Claude Hagège (Collège de France).

Ao Prof. Dr. Jean Hébrard, pela precisão das sugestões teóricas e metodológicas e pela doçura e delicadeza da sua amizade.

Ao Prof. Dr. Jean-Jacques Courtine, por todas as precisas indicações que tão generosamente me foram feitas e que me alertaram para finas questões.

Ao Prof. Dr. Arnaldo Cortina e à Professora Dra. Maria do Rosário Gregolin pelas valiosas críticas, comentários, sugestões e incentivos feitos no Exame de Qualificação.

Ao Prof. Dr. Cleudemar Alves Fernandes, pelas primeiras e eternas orientações.

Ao Tony, que, de perto ou de longe, sempre me encheu de delicadezas bibliográficas, entre tantas outras.

Ao Henrique, pela inspiração e pelos bates-papos a respeito do trabalho com a leitura.

À Vanice e ao César, pelos socorros nos momentos fundamentais e pelos projetos de futuro.

Aos amigos que conheci em terras distantes, Marlene e Ângelo, Alessandra, Mateus, Onésimo, Luiz, Lawrence, Maria e Octávio, Audrey-Maude, Krishna, Floriand, Cristophe, Carlos, David, Benedetta, Jô, Sofia, Natália.

Às amigas de domingos excepcionais Maysa, Mara, Taísa, Beth, Leandra e ao amiguinho Lian, que compartilharam comigo tantas angústias e alegrias, nestes tempos de tese.

Ao Jean, companheiro de jornadas semióticas e amigo que veio pra ficar.

Aos companheiros e grandes amigos do GEADA, Amanda, Cida, Cláudia, Claudiana, Fábio, Flávia, Lurdinha, Marisa, Mônica (Campbel), Maíra, Marcos Lúcio, Mara Rúbia, Nádea, Nilton, Nilde, Paulinho, Paulo Barbosa, Pedro, Regina Baracuhy, Regina Momesso, Roberto, Roselene, Rubens, Ucy, pelos grandes passeios que fizemos juntos ora no espaço virtual da teoria da Análise do discurso ora no espaço real pelos congressos e bares Brasil afora. E, evidentemente, à Rosário, mestre e amiga de todos nós.

À FAPESP e à CAPES, respectivamente, pela concessão das Bolsas no Brasil e na França.

Aos meus irmãos Leo e Lillian, que mesmo à distância, seguram a minha mão e brincam comigo, nas minhas lembranças, como quando éramos crianças.

Ao Carlos, inspiração e luz nos meus desvarios, por tudo o que sempre me tocou tão fundo na cabeça e no coração.



O que testemunham esses resgates de palavras, de imagens, de um autor no outro? O prazer; prazer de achar uma metáfora, sem preocupar-se com sua banalidade, prazer de ter idéias, mesmo as mais batidas; ou, então, conhecendo-lhes a banalidade e a pobreza, de dar-lhes um leve retoque, uma variação que as torna como que novas: um escrínio, é verdade, não é um sapato nem um relógio.

Michel Schneider
Ladrões de Palavras

RESUMO

Na contemporaneidade, a mídia ocupa um dos lugares centrais de produção e circulação de discursividades. Tendo em vista que o objetivo fundamental deste trabalho consiste na reflexão e na análise de representações de práticas de leitura contemporâneas, fomos conduzidos a apreendê-las na mídia, justamente pelo fato de que em seu interior é produzida, formulada e veiculada uma ampla gama dos discursos que caracterizam a sociedade contemporânea em suas práticas e em suas representações. Fundamentados na teoria da Análise do Discurso e em princípios da História Cultural, procuramos identificar algumas representações de práticas de leitura contemporâneas inscritas na revista impressa *Veja*. Iniciamos nossas reflexões, com um breve trajeto que percorre diferentes concepções ocidentais da leitura, do século XVI aos dias atuais, de modo que pudéssemos situar nossa própria prática de leitura. Em seguida, ponderamos sobre a noção de *materialidade discursiva*, a partir das considerações empreendidas por Michel Pêcheux, Michel Foucault, Roger Chartier e Jean-Jacques Courtine. Focalizamos o alcance e as eventuais limitações dessa noção, com vistas a propor uma ampliação de seu escopo, de modo que nos fosse possível depreender e tentar compreender algumas representações de práticas de leitura inscritas nessa materialidade. As representações discursivas do leitor apreendidas, sobretudo, por meio das análises que incidiram sobre a formulação e a circulação, remeteram-nos inevitavelmente aos processos histórico-ideológicos de **constituição** dos discursos: o olhar apressado que percorre a página é tocado insidiosa e insistentemente pela aceleração dos ritmos de vida das democracias capitalistas.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso. História Cultural. Materialidade Discursiva. Práticas de Leitura.

RÉSUMÉ

Actuellement, les médias occupent une place centrale dans la production et la circulation des discours. Étant donné que l'objectif fondamental de ce travail consiste à réfléchir et à analyser des représentations de pratiques de lecture contemporaines, nous avons été conduits à les saisir dans les médias, justement du fait que dans ce domaine est produite, formulée et véhiculée une grande gamme de discours qui caractérisent la société contemporaine en ce qui concerne ses pratiques et ses représentations. En nous basant sur la théorie de l'Analyse du discours et sur des principes de l'Histoire culturelle, nous avons cherché à repérer quelques représentations de pratiques inscrites sur le magazine imprimé *Veja*. Tout d'abord, nous avons commencé notre réflexion en établissant un bref parcours parmi différentes conceptions occidentales de lecture, du XVI^{ème} siècle à nos jours, afin de situer notre propre pratique de lecture. Ensuite, nous avons pondéré sur la notion de *matérialité discursive*, à partir des considérations de Michel Pêcheux, Michel Foucault, Roger Chartier et Jean-Jacques Courtine. Nous avons évalué la portée et les éventuelles limites de cette notion, avec pour objectif de proposer un élargissement de son but, de façon à ce qu'il nous fût possible de saisir et d'essayer de comprendre quelques représentations de pratiques de lecture inscrites sur cette matérialité. À partir des considérations ayant portées sur des représentations discursives du lecteur, principalement obtenues par des analyses qui se sont intéressées à la formulation et à la circulation, nous nous sommes penchés indéniablement vers les processus historiques et idéologiques de constitution des discours: le regard pressé qui parcourt la page est touché insidieusement et avec insistance par l'accélération des rythmes de vie des démocraties capitalistes.

MOTS-CLÉS: Analyse de Discours. Histoire Culturelle. Matérialités Discursives. Pratiques de Lecture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

Epígrafe Estendida.....	18
Das justificativas, Do objetivo, Do objeto.....	21
Das teorias, Da metodologia.....	26
Dos capítulos.....	40

1. CAPÍTULO 1

OS DIFERENTES MODOS DE COMPREENDER O MUNDO E SUAS DISTINTAS CONCEPÇÕES DE LEITURA.....	48
---	-----------

1.1 ENTRE *AS PALAVRAS E AS COISAS*,

ALGUMAS CONCEPÇÕES DE LEITURA.....	50
---	-----------

1.1.1. Conceções da leitura na episteme da semelhança.....	51
--	----

1.1.2. Conceções da leitura na episteme da representação.....	57
---	----

1.1.3. Conceções da leitura na episteme da interpretação.....	61
---	----

1.2. ALGUNS MODELOS TEÓRICOS CONTEMPORÂNEOS

E SEUS DESLOCAMENTOS NA ABORDAGEM DA LEITURA.....	63
--	-----------

2. CAPÍTULO 2

NOTAS SOBRE A MATERIALIDADE DISCURSIVA.....72

2.1. O ILEGÍVEL NA LEITURA

O processo de abstração do texto de seu suporte73

2.2. QUESTÕES EM TORNO DA MATERIALIDADE DISCURSIVA

Contribuições da História Cultural aos Estudos do Discurso.....82

2.3. A(s) ORDEM(s) DO DISCURSO

Relações entre as linguagens, o gênero e o suporte.....101

3. CAPÍTULO 3

REVISTA EM REVISTA: REPRESENTAÇÕES DE PRÁTICAS DE LEITURA EM *VEJA*.....113

3.1 O TEXTO EDITORIAL.....121

3.1.1 As estratégias verbais empregadas no texto editorial123

3.1.2 As estratégias imagéticas empregadas no texto editorial135

- TIPOGRAFIA.....137

- INFOGRAFIA.....147

- FOTOGRAFIA.....150

3.1.3 *Veja* (e) a política em close: um exemplo da foto-grafia em
revista

3.1.3.1. Notas de uma história da Imagem.....153

3.1.3.2. Notas de uma história do Rosto.....163

3.1.3.3. Constituição, Formulação e Circulação dos discursos: a
construção dos sentidos nos textos editoriais da Revista *Veja*.167

3.2	O TEXTO PUBLICITÁRIO.....	197
3.2.1	Gênero misto ou novo gênero?.....	213
3.2.2	O informe publicitário e a publireportagem	221
3.3	OS REGIMES DE MEMÓRIA INSTAURADOS NOS TEXTOS DE <i>VEJA</i>.....	242
3.3.1.	A repetição de formulações verbais.....	247
3.3.2.	A repetição de imagens.....	263
3.4	DA INSCRIÇÃO DO LEITOR EM <i>VEJA</i>.....	278
3.4.1	Das estratégias de construção discursiva do leitor em <i>Veja</i>	281
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	308
5	BIBLIOGRAFIA.....	316
6	REVISTAS ANALISADAS.....	335

INTRODUÇÃO

EPÍGRAFE ESTENDIDA

Ceci tuera cela. [...] Le livre tuera l'édifice.

Victor Hugo

Essas palavras, supostamente pronunciadas, ao final do século XV, pelo personagem Claude Frollo, arqui-diácono da Catedral de Notre-Dame, em Paris, encontram-se no romance histórico, *Notre-Dame de Paris* [1831] de Victor Hugo¹. Elas fazem referência à invenção de Gutenberg: os tipos móveis, a imprensa. Para a previsão/professia contida nessas palavras, o narrador aponta dois sentidos. O primeiro consistiria no confronto entre os meios de expressão anteriores à imprensa e na sua impotência em relação à predominância dessa última:

a carne e o manuscrito, a palavra falada e a palavra escrita, alarmando-se diante da palavra impressa, algo semelhante ao estupor de um passarinho que visse o anjo Legião abrir suas seis milhões de asas. [...] Isso significava que uma potência sucederia a uma outra potência. Isso queria dizer: A imprensa matará a igreja.²

(VICTOR HUGO [1831], 1975, p. 174)

A análise dessa sucessão, presente nas palavras de Frollo, indica os temores frente ao jogo do poder institucional, ou melhor, frente ao poder institucional colocado em jogo: do poder, até então quase hegemônico da igreja, de ocupar o espaço de palavra, de desempenhar o papel de porta-voz do saber, do qual a imprensa passaria a gozar; do poder crescente de influência da imprensa sobre a opinião em relação à diminuição e dispersão do poder centralizador, sobre o povo, da instituição religiosa.

¹ Ao longo desta tese, as citações de textos que ainda não foram traduzidos para o português ou dos quais não dispomos da tradução serão traduzidas no corpo do texto e apresentadas no original em nota de rodapé.

² “la chaire et le manuscrit, la parole parlée et la parole écrite, s’alarmant de la parole imprimée; quelque chose de pareil à la stupeur d’un passereau qui verrait l’ange Légion ouvrir ses six millions d’ailes.[...] Cela signifiait qu’une puissance allait succéder à une autre puissance. Cela voulait dire: La presse tuera l’église”. (Victor Hugo [1831] 1975, p. 174).

À afirmação do arqui-diácono, o narrador atribui ainda um outro sentido, que poderia ser compreendido como se

fosse o pressentimento de que o pensamento humano, ao mudar de forma, mudaria de modo de expressão, de que a idéia capital de cada geração não se escreveria mais com a mesma matéria e da mesma maneira, de que o livro de pedra, tão sólido e durável, daria lugar ao livro de papel, mais sólido e mais durável ainda. [...]. Isso queria dizer: A imprensa matará a arquitetura.³

(VICTOR HUGO [1831], 1975, p. 175)

Nessa segunda possibilidade de sentido, o narrador aponta para a passagem de um modo de expressão dominante até então, a Arquitetura – *a principal escrita, a escrita universal*, que desde sempre foi *o grande livro da humanidade, a principal expressão do homem em seus diversos estados de desenvolvimento seja como força, seja como inteligência*⁴ –, para um outro modo de expressão, aquele da invenção de Gutenberg: o impresso. Antes,

até o século XV, a arquitetura foi o principal modo de registro da humanidade, nesse intervalo não apareceu no mundo um pensamento, um pouco mais complicado, que não fosse feito edifício, toda a idéia popular como toda lei religiosa teve seus monumentos⁵.

(VICTOR HUGO [1831], 1975, p. 181, 182)

Considerado pelo narrador o maior acontecimento da História, *a revolução mãe*, a invenção gutenberguiana é promotora de um acesso democrático ao saber, porque graças a ela o saber, então, *se dispersa no ar*:

³ “C’était pressentiment que la pensée humaine en changeant de forme allait changer de mode d’expression, que l’idée capitale de chaque génération ne s’écrirait plus avec la même matière et de la même façon, que le livre de pierre, si solide et si durable, allait faire place au livre de papier, plus solide et plus durable encore. [...] Elle voulait dire: L’imprimerie tuera l’architecture”. (Victor Hugo [1831], 1975, p. 175)

⁴ “l’écriture principale, l’écriture universelle [...] le grand livre de l’humanité, l’expression principale de l’homme à ses divers états de développement soit comme force, soit comme intelligence”. (Victor Hugo [1831], 1975, p. 175)

⁵ “l’architecture a été jusqu’au quinzième siècle le registre principal de l’humanité, que dans cet intervalle il n’est pas apparu dans le monde une pensée un peu compliquée qui ne se soit faite édifice, que toute idée populaire comme toute loi religieuse a eu ses monuments”. (Victor Hugo [1831], 1975, p. 181, 182)

Um livro é feito tão rapidamente, custa tão pouco e pode ir tão longe! Não nos surpreenderá que todo o pensamento humano passe por esse filtro [...]. A arquitetura não será mais a arte social, a arte coletiva, a arte dominante. O grande poema, o grande edifício, a grande obra da humanidade não será mais construída, ela será impressa.⁶

(VICTOR HUGO [1831], 1975, p. 186, 187)

A educação da população não se faria mais pela voz, no interior das igrejas, nem pelas imagens das esculturas, dos quadros, dos vitrais e das paredes das catedrais, mas pela democratização de vozes então “amplificadas” pela escrita, multiplicadas exponencialmente pela técnica de impressão e ecoadas nos mais diversos espaços de circulação.

A ubiquidade do impresso venceria o estatismo dos monumentos de pedra.

###

⁶ “Un livre est si tôt fait, coûte si peu, et peut aller si loin! Comment s’étonner que toute la pensée humaine s’écoule par cette pente? [...] L’architecture ne sera plus l’art social, l’art collectif, l’art dominant. Le grand poème, le grand édifice, le grand œuvre de l’humanité ne se bâtira plus, il s’imprimera.” (Victor Hugo [1831], 1975, p. 186, 187)

DAS JUSTIFICATIVAS, DO OBJETIVO, DO OBJETO

Há discursos que perpassam determinadas sociedades, caracterizando-se como fontes predominantes de suas discursividades tal como o discurso religioso o fora para a Idade Média. O poder de difusão das idéias religiosas e os artifícios empregados para isso eram notáveis: fosse pela arquitetura das grandes catedrais; fosse pelo domínio editorial tanto da produção dos livros (os monges escribas e iluminadores), quanto a sua divulgação e venda aos fiéis; fosse ainda pelo mecenato de obras de arte de tema religioso, dentre outros. A eficácia no predomínio e na difusão dessas idéias de cunho religioso constituía-se pela habilidade discursiva de conjugar o emprego de um saber técnico com um poder simbólico.

Na contemporaneidade, a mídia ocupa um dos lugares centrais na produção das discursividades. Atuando tanto como meio de produção e circulação de textos, mas também como fonte de discursos, que fundamentam e que orientam nossas atuais relações sociais – como, por exemplo, os discursos que circulam princípios neoliberais, princípios do mercado global, que difundem e incentivam o consumismo –, a mídia forma, ao menos, parcialmente, a opinião pública. Considerando o amplo espectro coberto pelo que convencionalmente designamos por “mídia” não é novidade nenhuma, antes, tornou-se quase uma banalidade, atribuir-lhe o papel, em nossa sociedade, de quarto poder. No limite, em algumas circunstâncias políticas, poderíamos até questionar essa posição, conferindo-lhe uma melhor classificação.

Em nossa reflexão, a mídia nos interessa como um dos pólos de produção, manifestação e circulação de discursos (e dos valores que deles decorrem) que caracterizam a sociedade contemporânea em suas práticas e em suas representações.

Graças a seu poder de difusão de idéias, um dos papéis desempenhados pela mídia, assim como outrora o fora pela Igreja, é aquele da constituição, da reafirmação ou da denegação de representações discursivas, ou seja, de imagens que constituem nosso saber sobre nós mesmos e sobre os outros, sobre o que constitui nossa identidade e sugere nossas práticas, em conformidade ou contrariamente à identidade do outro, à identidade das sociedades que se assemelham ou se distinguem seja temporal, geográfica ou culturalmente da nossa. O papel da mídia caracteriza-se, então, pelo poder de produzir e sugerir projeções, ou melhor, simulacros dos sujeitos e de suas práticas, logo, pelo poder de instaurar subjetividades⁷.

A crescente ocupação da mídia desse lugar tanto de responsável pela constituição das subjetividades, quanto de porta-voz da sociedade, e sua estreita relação com as questões do mercado e seu comprometimento com o consumismo podem ser observados nos princípios que sustentam essa lógica do consumo: a instantaneidade das informações, a fugacidade das opiniões e o culto à novidade.

É nesse sentido que Jean-Jacques Courtine (2006b) se vale da metáfora concebida por Zygmunt Bauman (2001) a respeito da “modernidade líquida” (tudo é consumível rapidamente) com vistas a assinalar uma mudança nas discursividades, uma passagem dos *discursos sólidos* para os *discursos líquidos*. Os primeiros, segundo o autor, correspondem às *‘línguas de madeira’*, ou seja, esses conjuntos anônimos, compactos e saturados de enunciados – *discursos em estado sólido*”. (COURTINE, 2006b, grifo do autor), discursos fadados à repetição. Com a reviravolta das condições de produção dos discursos no espaço ocidental, com o considerado *fim das ideologias* no contexto europeu dos anos 1980, o autor

⁷ Subjetividades que consideramos, segundo Toni Negri e Michael Hardt, “sob o ângulo dos processos sociais que estimulam a produção. O sujeito, assim como o pensara Foucault, é ao mesmo tempo produto e produtivo, ele constitui as vastas redes de trabalho em sociedade e vice-versa. O trabalho é ao mesmo tempo sujeição e subjetivação – ‘o trabalho de si sobre si’ – é preciso, por isso, distanciar-se de toda idéia de livre-arbítrio ou de determinismo do sujeito. A subjetividade define-se simultaneamente, seja por sua produtividade quanto por sua produtibilidade, seja por suas capacidades de produzir quanto de ser produzido.” (NEGRI & HARDT, 2001).

destaca a entrada numa era em que, a partir de então, *a ideologia do apagamento da ideologia* passa a dominar. Trata-se, segundo ele, do ressurgimento, na Europa, dos fundamentos do pensamento neoliberal norte-americano que implica inevitavelmente,

no universo das idéias e dos discursos, na invasão do domínio político pelas lógicas e dispositivos do mercado: o recobrimento da fala pública pelas estratégias discursivas da sociedade de consumo.

(COURTINE, 2006b)

A partir das contribuições da Análise do Discurso, da História e da Antropologia Cultural, Courtine ([1990] 2003; 2006a; 2006b), referindo-se às transformações da fala pública, sobretudo no discurso político, provocadas então pelo ressurgimento dessa lógica, analisa essas transformações em sua necessária relação com as mudanças sofridas nos modos de circulação dos discursos. Para o autor, não se pode mais ignorar que a mudança nos modos de produção e circulação dos discursos implicou também em uma mudança nos regimes de discursividade. Essa mudança traduziu-se, como dissemos anteriormente, em uma passagem de *discursos sólidos* para *discursos líquidos*. Assim, o surgimento de novas tecnologias, a apropriação dessas tecnologias pela mídia e o papel dessa instituição na produção dos discursos, que constituem o que é dizível em uma sociedade e dizível dessa sociedade por seus próprios sujeitos, exigem que busquemos novos instrumentos teórico-analíticos para compreender os discursos em sua **constituição, formulação e circulação líquidas**.

Tendo como pressuposto essa efetiva participação da mídia e suas especificidades técnicas atuais na produção dos discursos, acreditamos que, conforme nos sugere Courtine ([1990] 2003; 2006a, 2006b), é preciso que empreendamos uma análise das mudanças do/no discurso, considerando, entre outros elementos, sua inscrição em objetos culturais⁸

⁸ Por ‘objeto cultural’ compreendemos, segundo a História Cultural, todos os objetos produzidos e apropriados por uma sociedade historicamente identificada, cujas formas materiais podem assinalar, projetar as práticas de sua produção e de sua apropriação, ou seja, são os objetos cuja função principal é a de remeter à própria cultura de uma dada sociedade, aos modos como os sujeitos produzem e se apropriam de objetos os mais diversos, de livros

contemporâneos (cada vez mais móveis e portáteis) e suas técnicas de escrita que valorizam e estimulam a fluidez, a velocidade, o escoamento e a fugacidade na produção e apropriação dos discursos. Nessa perspectiva, vimos refletir, nesta tese, sobre as representações discursivas de práticas de leitura contemporâneas a partir da análise de sua inscrição em objetos próprios à nossa cultura atual, mais especificamente em objetos portadores de textos.

O fato dessas práticas e desses objetos nos serem contemporâneos poderia apresentar-se como uma razão para nos dispensar de uma análise, já que se tratam de práticas e de objetos que conhecemos, com os quais nos defrontamos no dia-a-dia, ou tão logo estejamos de posse de um texto. No entanto, é justamente essa a razão pela qual essas práticas e esses objetos nos demandam análise. É exatamente porque nos parecem tão *óbvias* e acessíveis que devemos refletir sobre essas representações aparentemente evidentes e apontar suas possíveis especificidades históricas, ou seja, o que nelas há de *obtusos*, observar suas continuidades e descontinuidades em relação a objetos e a práticas temporal e culturalmente diferentes dos nossos, levantar, enfim, as especificidades dessas práticas, conforme as particularidades de cada objeto cultural. Mais especificamente, ao longo deste trabalho, procuramos levantar representações contemporâneas de práticas de leitura relativas a um objeto cultural em particular: a revista impressa.

Das revistas impressas nacionais, de grande circulação, adotamos prioritária, mas não exclusivamente⁹, a revista *Veja*, em função de sua representatividade, garantida pelo volume de

a perfumes, da escrita a letras de músicas, de pinturas a fotografias, de ferramentas a brinquedos, de móveis a construções arquitetônicas, de aparelhos de comunicação a lápis, canetas, etc. que por sua existência material pode evidenciar usos e práticas culturais aos quais podemos ter acesso por esses rastros deixados sob a forma de objetos.

⁹ Valemo-nos, também, de outras revistas, de gêneros tipográficos diferentes ao da revista *Veja*, com vistas a exemplificar estratégias de escrita e representações de leitura que não são exclusivas a uma revista em particular, mas que podem ser identificadas nas revistas impressas em geral, inclusive até mesmo em outros gêneros tipográficos.

sua circulação nacional¹⁰ e por sua presumida legitimidade institucional, em relação ao jornalismo impresso brasileiro de revistas de informação.

Partindo do pressuposto de que cada forma, por meio da qual o texto se materializa e circula, implica diferenças nos modos de sua apropriação, buscamos em nossa análise ressaltar as características próprias ao suporte de textos revista impressa e de sua condição institucional, tanto como revista semanal de informações, quanto como a revista *Veja*¹¹, com o objetivo de levantar algumas representações discursivas do leitor e das práticas de leitura que nela se inscreve. Selecionamos os exemplares que compuseram o *corpus* de nosso trabalho em conformidade com nosso objetivo de descrever as representações de práticas de leitura, ou seja, aqueles em que, sobretudo a partir do ano 2000, figuram índices que melhor evidenciam, pelas mudanças nos modos de apresentação dos textos, essas representações. Valemo-nos também de alguns exemplares mais antigos de *Veja*, como dos primeiros exemplares dos anos de 1968 e 1969, por exemplo, para que pudéssemos, quando necessário, observar eventuais continuidades e/ou descontinuidades das práticas de escrita desses primeiros em relação aos exemplares mais recentes. Segue, em destaque, no final da bibliografia, a lista dos exemplares da revista *Veja* empregados em nossa análise.

¹⁰ Trata-se de uma revista impressa semanal do segmento *news magazine*, criada em 1968, a partir da experiência adquirida pela Editora Abril com a revista “Realidade”, desse mesmo segmento. Ambas seguem o modelo *Time-Life* de edição. A revista VEJA é atualmente a quarta mais vendida no mundo, segundo dados da ANER – Associação Nacional dos Editores de Revista www.aner.org.br (site consultado em 10/06/2005). Trata-se da revista mais vendida do Brasil, a *única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. Em outros países, revistas semanais de informação vendem bem, mas nenhuma é a mais vendida – esse posto geralmente fica com as revistas de tevê.* (SCALZO, 2003, p. 31).

¹¹ Em nosso objetivo de analisar as condições de funcionamento das práticas discursivas de produção dos textos, observando a partir destas a inscrição de práticas de leitura, consideramos a necessária articulação entre os procedimentos materiais, físicos, de estabelecimento dos textos, bem como o aspecto institucional que define lugares sócio-culturais a partir dos quais o dizer se legitima, perdura ou é apagado e esquecido, que orienta, enfim, a interpretação, ou seja, a apropriação desses textos. Essa orientação de considerar tanto a materialidade física quanto institucional dos textos fundamenta-se nas considerações apresentadas por Michel Foucault ([1969] 2000), quanto às características do *enunciado*, da *função enunciativa*, dentre as quais se encontra a *materialidade enunciativa*, não somente *física* mas também *institucional*. Voltaremos a essa questão, mais detidamente, no item 2.2.

DAS TEORIAS, DA METODOLOGIA

Inspirados no trabalho de Barzotto (1998)¹², sobretudo na originalidade da articulação por ele promovida entre *o objeto, considerado em sua materialidade como suporte de textos, os textos propriamente ditos e o discurso constituído pelo encadeamento de sentidos no ato da leitura* (BARZOTTO, 1998, p. 7), e na produtividade de se refletir sobre essa *tensão entre a forma, os textos e o discurso* (BARZOTTO, 1998, p. 217) para a produção dos sentidos, empreendemos nossa pesquisa acerca das representações de leitura a partir da análise discursiva do objeto cultural. Abordagem que implica na apreensão dessas representações em sua inscrição no texto, ou seja, em sua **formulação textual multimodal** (verbal e imagética) sob a forma de um **gênero textual** e de um **gênero tipográfico** e também em sua **materialização e circulação** em um **suporte**.

Com vistas a analisar prioritariamente essas instâncias de **formulação e circulação** do discurso, partimos das mudanças nos procedimentos técnicos de escrita específicos do objeto cultural revista impressa. Observamos, em cada âmbito (texto, gênero, suporte), as implicações das mudanças de escrita e das estratégias de apresentação dos textos na representação discursiva das práticas de leitura. Na análise dessas instâncias consideramos suas articulações e suas interdependências que compõem a totalidade da materialidade dos textos, enfim, de sua **materialidade discursiva**.

Para isso, nossa pesquisa das práticas de leitura representadas na escrita da revista impressa *Veja*, apóia-se teórico-metodologicamente na interface que estabelecemos entre a

¹² Referimo-nos à sua tese de doutorado na qual analisa a revista *Realidade* (1966 - 1976), demonstrando como os textos editoriais e publicitários, graças à sua temática e à sua disposição numa ordenação específica das páginas, presentes nos exemplares dessa revista, que se auto-designava e, em geral, era considerada por seus leitores como opositora do então atual regime de governo, apontavam para uma representação da “modernidade”, representação esta que, contrariamente ao que era assumido pelo editorial da revista quanto a sua posição política, na verdade, corroborava o ideário do Regime Militar em vigor no Brasil.

Análise do Discurso e a História Cultural ou, mais precisamente, em algumas contribuições, exploradas em nosso trabalho, da História Cultural para a Análise do Discurso.

Do domínio da História Cultural, adotamos sobretudo um de seus princípios, qual seja, aquele segundo o qual as práticas *não vistas, não vividas*, pelo historiador – como a leitura –, só podem ser acionadas a partir *dos registros e sinais do passado que chegam até o historiador*, conforme afirma Pesavento (2004, p. 42), ou seja, a partir da inscrição dessas práticas nos objetos culturais produzidos por essas sociedades.

Para dar conta dessas práticas sem registro direto, considerando que as sociedades quanto mais distantes temporalmente e geograficamente da nossa, deixam menos traços para sua interpretação e compreensão, já que são mais raros os documentos com testemunhos diretos de suas práticas, os historiadores culturais se valeram também de registros indiretos, como as formas materiais dos objetos empregados por essas sociedades. Com isso, esses historiadores ampliaram a noção de arquivo histórico, voltando-se, por exemplo, para as descrições presentes em textos literários (reavivando o debate sobre o fazer histórico e a ficção), para a análise da iconografia em geral (compreendendo, por exemplo, o cinema, as histórias em quadrinhos, etc.), enfim, para outros tipos de documentos que pudessem sinalizar, mesmo que indiretamente, as práticas dessas sociedades. Essa concepção, de *partir dos objetos, das formas, dos códigos e não mais dos grupos sociais* (CHARTIER [1998] 2002a, p. 69), ou seja, *passar de uma história social da cultura para uma história cultural do social* (CHARTIER [1998] 2002a, p. 67) é um dos marcos do fazer historiográfico nos últimos anos.

Essa nova proposta de abordagem histórica preconiza então que o historiador, em sua produção da história, deve partir das lutas de representações e das estratégias simbólicas, que definem a hierarquia da estrutura social e não o contrário. Assim, os historiadores culturais, segundo Rioux & Sirinelli (1997), enfocam as formas de representação do mundo adotadas pelas sociedades, ou seja, se valem do questionamento dos modos como as sociedades se

representam e representam o mundo (o pensamento, a relação com o outro, o trabalho, o lazer, os valores, a diversão, as ciências, as técnicas, as crenças, os sistemas religiosos e profanos etc.), por meio dos objetos culturais.

Os historiadores culturais do livro foram pioneiros na concepção e difusão dessa abordagem e os responsáveis pela delimitação do campo de estudos da História Cultural, com destaque para o trabalho de Roger Chartier. Esses historiadores partiram da análise do livro para a compreensão da história da leitura, ou seja, partiram da análise de como os textos eram materializados e circulavam numa determinada sociedade para, então, descreverem os possíveis e diferentes modos de apropriação de que eram suscetíveis esses textos. Com o objetivo de apreender, a partir da forma material dos objetos culturais, alguns indícios de sua apropriação por sociedades que não exerciam as mesmas práticas de leitura que nos são tão familiares atualmente – como a leitura solitária e silenciosa –, historiadores culturais vêm abordando diferentemente o objeto ‘livro’, abordagens que compreendem desde estudos geográficos referentes à localização e organização dos estabelecimentos ligados à produção e distribuição do livro, à iconografia relativa às práticas de leitura, aos objetos e aos leitores, até uma história do mobiliário relativo aos usos desse objeto cultural. Enfim, a História Cultural busca os diferentes modos pelos quais as diferentes sociedades, em diferentes momentos, representam sua realidade e suas práticas por meio de seus diversos objetos culturais.

Em seu trabalho de constituição de uma história da leitura, Roger Chartier, por um lado, busca analisar as práticas sociais e culturais de leitura inscritas nos textos e, por outro, tenta apreender as distintas apropriações desses textos, considerando competências de leitura e posições sociais dos leitores. Para tanto, o historiador francês focaliza as formas por meio das quais os textos se materializam. Se a proposta não consiste na delimitação de objetos de análise histórica absolutamente inéditos, trata-se, sem dúvida, do estabelecimento de um novo olhar sobre os objetos culturais.

A consideração privilegiada da materialidade do objeto configurou-se em uma certa ‘teoria do suporte’, segundo a qual *não existe nenhum texto fora do suporte que o dá a ler* (CHARTIER [1985] 1996, p. 127), de onde deriva o incontestável fato de que *a significação, ou melhor, as significações, histórica e socialmente diferenciadas de um texto, qualquer que ele seja, não podem separar-se das modalidades materiais que o dão a ler aos seus leitores.* (CHARTIER [1994] 1998, p. 105).

Para analisar essas práticas, dois conceitos são centrais na abordagem da História Cultural, em geral, e da História Cultural do livro e da leitura, em particular, quais sejam, os conceitos de **representação** e de **apropriação**. Esses conceitos, ambientados à perspectiva discursiva que adotamos, serão mobilizados freqüentemente neste trabalho.

Na História Cultural e, particularmente, na obra de Chartier, a **representação** implica uma dimensão coletiva e simbólica. De algum modo é como se a expressão ‘representação coletiva’ fosse quase redundante, visto que as reflexões acerca da representação consideram sempre o diálogo entre práticas específicas e gerais. A representação intermedia as relações de identificação do sujeito com a sociedade e estabelece o modo como ambos, sujeito e sociedade, se constituem reciprocamente. Essas relações, que constituem as representações e que se constituem por meio delas, permitem que os sujeitos compartilhem usos, práticas, valores, idéias com outros sujeitos e possibilitam que esses sujeitos construam uma concepção sobre si, sobre os outros e sobre o mundo na relação com outrem, representando-se e representando os outros simbolicamente. Esse conceito pode ser, segundo cremos, um ponto de aproximação entre a abordagem histórica e a abordagem discursiva, uma vez que ambas, guardadas algumas especificidades, tratam das manifestações simbólicas e históricas de uma sociedade. Essas manifestações, quanto à sua formulação, não se restringem à ordem da língua, mais comum quando se trata dos documentos ‘históricos’ por excelência, mas também se apresentam sob a

forma de outras linguagens, como a da iconografia, da moda, do cinema ou de linguagens sincréticas, aliando mais de uma dessas linguagens etc.

O historiador, Roger Chartier ([1998] 2002a), indica a presença de uma certa teoria da representação na obra de Louis Marin (1996; e alhures), segundo a qual há um *efeito-representação* que se desdobra, de um lado, em uma *presentificação do ausente*, e, de outro, em uma *auto-representação* (CHARTIER [1998] 2002a, p. 165). Assim, a representação tem uma dupla função: ela tanto torna presente uma ausência quanto exhibe sua própria presença, sob a forma de imagem. Um quadro, nessa perspectiva adotada por Louis Marin, é a representação de algo e também sua própria representação como quadro.

Em sua dupla função, o conceito de representação, conforme fora esboçado por Marin (1996), ajuda a compreender a teoria do suporte postulada por Chartier, na medida em que as formas materiais inscrevem representações de práticas – tornando, portanto, relevante sua consideração quando da análise histórica – e participam, por extensão, da significação dos textos. Assim, na condição de analistas de discurso, valemo-nos da seguinte proposição dos historiadores culturais: *A forma é em si um conteúdo* (ORY, 2004, p. 57), de modo que *um ‘mesmo’ texto, fixo em sua letra, não é o ‘mesmo’ se mudam os dispositivos de sua inscrição ou de sua comunicação* (CHARTIER [1998] 2002a, p. 256), para que, a partir dela, possamos refletir sobre a noção de *materialidade discursiva*. Há algo da ordem da materialização e da circulação que faz com que um texto seja lido de um modo e não de outro, algo que extrapola os sentidos passíveis de serem produzidos no interior de uma imanência textual, que se liga às propriedades e ao regime de circulação de seu suporte, à representação histórico-institucional que lhe é atribuída na economia dos demais suportes e de seus gêneros tipográficos, numa determinada sociedade¹³.

¹³ Acreditamos que a Análise do Discurso possa lançar alguma luz sobre o conceito de ‘representação’, caro às ciências sociais, em geral, e à História Cultural, em particular, à medida que suas contribuições podem incidir sobre os modos de construção discursiva dessas representações, ou seja, por meio da Análise do Discurso talvez

Outro conceito central da História Cultural do livro e da leitura é o de **apropriação**. Ele se deve, sobretudo, às contribuições de Michel De Certeau ([1980] 1994), em sua obra *A invenção do cotidiano*, na qual se problematiza a condição de uma recepção passiva, como puro e apático consumo, dos objetos culturais. Com efeito, para De Certeau, a apropriação consiste em uma assimilação tática, astuta, que trapaceia incessantemente determinações e condicionamentos, de tal modo que *o consumidor não pode ser identificado ou qualificado conforme os produtos jornalísticos ou comerciais que assimila: entre eles e esses produtos, existe o distanciamento mais ou menos grande do uso que faz deles* (CERTEAU [1980] 1994, p. 95), ou seja, dos modos como se apropria e se faz dono por *bricolagem*.

Essa via da recepção tática contribuiu para as reflexões que foram feitas em História, bem como para aquelas que foram empreendidas no interior da teoria da Análise do Discurso, na medida em que não se limita apenas à análise da produção – relativamente estável em suas formas escritas; estabilidade garantida pela relativa definição da figura de um autor, das marcas de começo e fim do texto etc. – mas se estende também à consideração da apropriação indócil do texto, permitindo-nos deslocar o olhar de uma dada concepção de enunciado, que se encerraria nos limites de sua fabricação, sob a forma privilegiada de uma produção textual escrita, para uma outra concepção, que o considera como uma produção simbólica constituída histórica e singularmente no processo de produção/interpretação. Esse princípio permite-nos, por meio desse deslocamento do olhar, remontar ou, pelo menos, vislumbrar essa singularidade na inscrição oblíqua dos *protocolos de leitura* que tentam orientar os trajetos de interpretações, mediante a mobilização de discursos específicos, que tentam controlar e refrear essa singularidade. São exatamente esses protocolos, distribuídos nos textos, que podem ser concebidos como indícios da tentativa de controle das práticas de leitura.

possamos tentar compreender com mais fineza como essas representações se instituem no discurso e pelo discurso.

A questão da leitura interessa tanto aos historiadores culturais quanto aos analistas de discurso. No que toca à Análise do Discurso¹⁴, a leitura sempre foi uma preocupação fundamental no empreendimento do projeto de Michel Pêcheux. Desde suas primeiras formulações, em Análise Automática do Discurso, Pêcheux ([1969] 1990d, p. 148; [1975] 1995) concebe esse projeto como a produção de uma *teoria não-subjetivista da subjetividade*, ou mais especificamente, de uma teoria não-subjetiva da leitura. Segundo Possenti (2001), *o problema de Pêcheux era o de como garantir uma teoria objetiva da leitura*, considerando a materialidade lingüística e histórica do discurso em sua opacidade e equivocidade. Inscrita num *domínio de memória* marcado pela doutrina marxista, por uma orientação pedagógico-política, pelo olhar submetido a *lentes vermelhas*, a Análise do Discurso também se submete à palavra de ordem constantemente reiterada nesse período segundo a qual era preciso *aprender a ler o real sob a superfície opaca, ambígua e plural do texto* (COURTINE, [1982] 2006c, p.19). Entendia-se, portanto, em relação à leitura que o objetivo da Análise do Discurso era o de

cumprir, absolutamente ao mesmo tempo, uma função política e crítica e uma função científica e “positiva” [...] cimentar a aliança entre uma teoria marxista do discurso, uma leitura engajada dos textos, por um lado, e uma análise automática do discurso, por outro; análise concebida como um dispositivo neutro de reconhecimento das frases, uma espécie de “máquina de leitura”, da qual se esperava a produção de uma “leitura (informaticamente) dessubjetivada”.

(COURTINE, [1992] 2006a, p. 55, grifo do autor)

¹⁴ Vale esclarecer que nos filiamos teoricamente à chamada ‘Análise do Discurso, de linha francesa’, mais especificamente, à linha caracterizada pela interface entre os trabalhos de Michel Pêcheux e de Michel Foucault. Para a devida explicitação dessa interface, remetemos ao trabalho da professora Maria do Rosário Gregolin e aos trabalhos orientados por ela, desde a década de 1990, no Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa da FCL/UNESP-Araraquara e no GEADA (Grupo de Estudos em Análise do Discurso de Araraquara). Dentre as mais recentes publicações, destacamos: GREGOLIN, M. R. (org.) (2003a, 2003b, 2006); GREGOLIN, M. R. (2004); SARGENTINI, V.; NAVARRO-BARBOSA, P. (orgs.) (2004); NAVARRO, P. (org.) (2006).

Em relação a essa *memória silenciosa da Análise do Discurso* que rege a *configuração interna dessa disciplina* as observações de Courtine resumem e esclarecem as origens culturais desse campo de saber e sua relação com a leitura:

Lembro-me dos grandes traços daquela política da leitura dos textos doutrinários e, principalmente, seus primeiros dados: ela pressupõe, de um lado, uma opacidade fundamental do discurso político, sua ambigüidade constitutiva; aquela ambigüidade, que pode estar baseada no ponto de vista de uma análise lingüística do discurso como texto, deve ser aqui entendida como simulação, mentira e sedução. Aquela concepção pressupõe, de outro lado, uma obsessão, uma cegueira nos casos extremos, uma miopia ao menos, constitutivas da posição sujeito-leitor. Em consequência: construir, no lugar deixado vago por esse olhar vazio, branco ou ausente, *uma máquina de ver*, isto é, de ler, uma montagem ortopédica de dispositivos técnicos que realizam praticamente e, literalmente, no próprio lugar do leitor, uma “leitura não subjetiva” que, tirando a ambigüidade do texto, converte a opacidade em transparência, desfaz a metira ou a sedução escondidas nas palavras, assegurando o retorno à clareza do discurso, reaparição de sua verdade, revelação de seu real.

(COURTINE, [1982] 2006c, p. 20, grifo do autor)

Postulava-se, assim, que *a leitura não é a leitura de um texto como texto, mas como discurso, isto é, na medida em que é remetido às suas condições, principalmente institucionais, de produção*. (POSSENTI, 2001, p. 24). Posteriormente, numa espécie de retificação de seu projeto, Pêcheux, em 1980, denuncia a *ortopedia da leitura* entre os analistas de discurso, cuja tendência era a de conceber a teoria como uma prótese para recobrir as falhas das ciências sociais e da política, principalmente, aquela realizada pela esquerda francesa. Nessa retificação, sugere-se que a AD não seja mais essa *prótese de leitura*, mas que ela se torne uma *provocação à leitura* (PÊCHEUX; LÉON, [et al.], [1982] 1990, p. 277, 278) que ela não atue

como uma *grade de leitura*, mas que ela, antes, contemple o discurso, considerando-o como *estrutura e acontecimento*, em sua condição de

índice potencial de uma agitação nas filiações sócio-históricas de identificação, na medida em que ele constitui ao mesmo tempo um efeito dessas filiações e um trabalho (mais ou menos consciente, deliberado, construído ou não, mas de todo modo atravessado pelas determinações inconscientes) de deslocamento no seu espaço.

(PÊCHEUX [1983] 1997a, p. 56)

Além disso, segundo Pêcheux, a Análise do Discurso não deveria mais se limitar à interpretação dos discursos políticos doutrinários e escritos, mas lhe caberia *voltar-se para o formigamento dos discursos ordinários, o exame das falas anônimas, o conversacional* (MALDIDIER, [1990] 2003, p. 75 e p. 97); seria preciso considerar ainda a produção da “*língua de vento*”, em detrimento da “*língua de madeira*”, fenômeno discursivo produzido por meio da exploração das novas tecnologias de circulação do discurso, mais precisamente, do modo de circulação midiática dos discursos políticos, adequados às coerções discursivas da TV, como a brevidade das intervenções e o aspecto de conversa das falas públicas¹⁵.

Valendo-nos da consolidada tradição da AD na abordagem da leitura – preocupada com a análise histórica das condições de produção dos discursos, preocupada em descrever e interpretar a produção dos sentidos na leitura, questionando, ao mesmo tempo, a transparência da língua e do sujeito epistêmico e psicológico, que fora concebido, nos primeiros anos da teoria, como assujeitado, para, posteriormente, nas *delimitações, inversões e deslocamentos* da teoria, ser considerado como um efetivo sujeito interpretante –, consideramos em nossa análise tanto a *constituição* dos discursos (como se produz o que é dito) e a sua *formulação* (como se

¹⁵ Sobre a mudança no discurso político provocada pela incorporação das estratégias discursivas midiáticas pelo discurso político, fato que instaura a passagem das *línguas de madeira* para as *línguas de vento*, cf. Gadet, F.; Pêcheux, M. (1981); Courtine ([1990] 2003 e 2006a); Piovezani Filho (2003; 2006b). Esse deslocamento, segundo a descrição feita por Piovezani Filho (2003), implica na preterição da *língua hermética e dura* dos discursos políticos tradicionais, em benefício de uma *língua flexível, cotidiana, mas quase nada referencial* da publicidade.

diz o que se diz) quanto a sua **circulação** (a manifestação e a veiculação material desse dizer). Entretanto, uma vez que a Análise do Discurso privilegiou a **constituição** e a **formulação** dos discursos, a instância da **circulação**, apenas recentemente incorporada às preocupações da teoria, foi, de certo modo, no Brasil, relegada a um segundo plano até o final da década de 1990. Com vistas a ‘suprir essa deficiência’, trazemos alguns subsídios de analistas de discurso que já se debruçaram sobre as questões em torno da circulação, mas buscamos, sobretudo, as contribuições teórico-metodológicas da História Cultural da leitura, tendo em vista seu amplo conhecimento e sua profunda experiência no que tange ao seu enfoque da materialidade e da circulação dos objetos culturais. Assim, pensamos ser possível articular às já tão consagradas instâncias discursivas da *constituição* e *formulação*, a **circulação** do discurso, vislumbrando uma melhor apreensão do processo discursivo implicado tanto na produção quanto nos gestos de leitura que nela se inscrevem.

A concepção dessas noções das instâncias de **produção** do discurso parece ter se baseado na distinção promovida por Courtine (1982) entre o **eixo vertical** de constituição do discurso (*interdiscurso*, cf. Pêcheux [1975] 1995) e o **eixo horizontal** de formulação do discurso (*intradiscurso*). Esses eixos articulam-se com a outra instância envolvida na produção discursiva, ou seja, a **circulação**, para a qual Courtine ([1987] 2006d, p.84) nos chama a atenção quando salienta a importância das mudanças *nas práticas de escrita e leitura adequadas ao aparato áudio-visual de informação* que tornam o discurso político, por exemplo, mais fluido, mais imediato, exigindo, portanto, novos procedimentos analíticos que possam apreender e interpretar essas mudanças. De fato, essa orientação já havia sido esboçada por Pêcheux, em 1983, em *Estrutura ou Acontecimento*, texto no qual o autor sugere uma necessária metamorfose na análise do discurso diante da mídia e dos novos regimes de discursividade que se estabelecem em seu interior. A distinção entre essas três instâncias de produção do discurso foi retomada e sistematizada por Eni Orlandi (2001b), que designou

explicitamente essa última instância como **circulação**. Segundo a autora, a **constituição** corresponde à memória social ampla e dispersa que atua como matriz do sentido, como condição de possibilidade para a produção dos discursos; por seu turno, a **formulação** corresponde à textualização semiótica do discurso, à sua inscrição simbólica numa ‘forma material’¹⁶; já a **circulação** diz respeito aos meios e aos espaços pelos quais circulam os textos.

Empreendemos, portanto, uma análise sustentada nos estudos do discurso que, voltados para sua **constituição** e para sua **formulação**, ocuparam-se tanto de questões em torno das filiações da memória, da história e da ideologia, quanto de fenômenos referentes às formas lingüístico-discursivas, como os pré-construídos e as marcas de heterogeneidade no discurso, por exemplo. Sem perder de vista, portanto, a consideração dessas instâncias, privilegiamos, contudo, a instância da **circulação**, focalizando sua incidência sobre e sua relevância na manifestação material e na veiculação dos discursos, ou seja, sua efetiva integração na *materialidade discursiva*.

É, pois, com vistas a refletir sobre a questão da *materialidade discursiva*, que nos subsidiamos, conforme dissemos, nos princípios propostos pela História cultural. Fundamentados nesses princípios, reiteramos que as representações das práticas podem ser analisadas a partir de sua inscrição na materialidade histórica, simbólica e empírica dos objetos culturais, nas condições de **circulação** dos textos inscritos em cada um desses objetos. Nessa perspectiva, a noção de *materialidade discursiva* precisa ser repensada, de modo que a ela

¹⁶ Vale lembrar que Orlandi ([1996] 1998) emprega essa noção com um sentido específico, ressaltando que ela não corresponde exatamente à noção de ‘forma’ empregada por Saussure, mas que ela se inscreve *em um domínio conceptual outro, o do materialismo histórico, ao qual se filia a análise de discurso da Escola Francesa* ([1996] 1998, p. 37). A ‘forma-material’ designa a materialidade própria do discurso, que integra a forma lingüística, a história e a ideologia. Apesar de encontrarmos, de modo intuitivo e relativamente assistemático, algumas referências à forma-material que apontam para a dimensão física e concreta do discurso como matéria por meio da qual *os sentidos se atualizam, ganham corpo, significando particularmente* (cf. ORLANDI, 1995, p. 35), de fato, esse conceito remete, antes, à ‘materialidade’ lingüístico-histórica, *forma encarnada, não abstrata nem empírica, onde não se separa forma e conteúdo: forma lingüístico-histórica* (2001b, p. 53), a partir do paradigma do materialismo histórico; nos termos da autora: *Um deslocamento diz respeito à própria noção de forma – no caso forma material - que tenho feito deslizar da lingüística (onde a materialidade identifica-se com a forma lingüística, a norma etc.) para o discurso, em que a noção de materialidade ganha outros sentidos, advindos da noção de real concreto na filiação materialista. A maneira como defino forma material (lingüístico-histórica) desloca a análise da filiação positivista para a materialista.* (ORLANDI, 2001b, p. 33).

sejam incorporadas outras ‘materialidades’. É preciso considerar várias ordens que participam da produção do discurso e que não estão alheias à produção de seus sentidos: **a ordem gráfica/sonora/plástica de *substancialização***¹⁷ dos mais diversos textos; **a ordem do gênero** em que o discurso se formula, ou seja, em que se apresenta o texto em sua totalidade; e a **ordem do suporte** que estabelece uma circulação material específica para o texto.

Em conformidade com as análises empreendidas no interior da Análise do Discurso, concebemos os enunciados (verbais e não-verbais) como formas a partir das quais é possível ascender ao discurso, ou seja, como ponto de partida para que possamos remontar às suas condições de produção, definir sua filiação a uma formação discursiva, especificar sua condição de acontecimento, sua emergência histórica, enfim, sua irrupção em uma memória que lhe atribui significações, que são, por sua vez, ressignificadas por sua atualidade. Subsidiados por esses procedimentos teóricos-analíticos da Análise do Discurso e pelas contribuições advindas da História Cultural, conforme já sublinhamos, buscamos apreender as representações discursivas das práticas de leitura inscritas na materialidade discursiva da revista impressa *Veja*.

Considerando que a História Cultural, assim como a Análise do Discurso, caracteriza-se por seu interesse pelas formas simbólicas inscritas na história, acreditamos que o diálogo entre essas duas disciplinas tende a enriquecer o debate sobre a noção de **materialidade discursiva** e sobre os procedimentos teórico-metodológicos da Análise do Discurso.

A partir dos postulados provenientes desses dois campos de saber, concebemos a existência de certas tecnologias de escrita que visam à inscrição do leitor no objeto cultural sob análise. Essas tecnologias de escrita instauram pontos privilegiados de acesso às projeções de práticas de leitura dispostas nos textos; tratam-se, portanto, de *protocolos de leitura* que, segundo Chartier, atuam como *sinais visíveis, ou senhas, explícitas ou implícitas, que um autor*

¹⁷ Cf. Piovezani Filho. *Por uma ‘lingüística da substância’*: sentidos da voz e sujeitos do som. Comunicação apresentada no 54º Seminário do GEL, Araraquara, 2006a.

inscreve em sua obra a fim de produzir uma leitura correta dela ([1985] 1996, p. 95). Esses protocolos consistem, pois, em *sinais visíveis de identificação (como é o caso dos títulos antecipadores ou dos resumos recapitulativos, ou ainda das gravuras* ([1982-1988] 1990a, p. 130). Esses *protocolos* podem ser *depositados no objeto lido, não somente pelo autor que indica a justa compreensão de seu texto, mas também, pelo impressor [ou editor] que compõe as formas tipográficas* ([1994] 1998, p. 78), e atuam, portanto, como formas de controle das eventuais apropriações do texto. A forma *protocolar* participa da produção dos sentidos, ao sugerir *quais devem ser a interpretação correta e o uso adequado do texto*, funcionando, como um indício material desse controle, *ao mesmo tempo em que esboça seu leitor ideal* ([1985] 1996, p. 20).

Pressupondo uma certa ‘visibilidade’ dos *protocolos* contraposta e relacionada com uma ‘invisibilidade’ dos gestos dos leitores, pretendemos enfrentar essa aparente contradição, perscrutando em nosso objeto de análise as representações discursivas que possam nos indicar práticas de leitura sugeridas, isto é, práticas de leitura realizáveis, mas não necessariamente realizadas¹⁸, na contemporaneidade. Esses *protocolos* dispõem-se sob a forma de diversos procedimentos, tais como:

1. Procedimentos de *mise en texte*¹⁹, ou seja, os procedimentos lingüístico-textuais, como por exemplo, as escolhas estilísticas (de ordem lexical e sintática) e a disposição estrutural do texto (emprego do *lide*, por exemplo);

¹⁸ A opção por não realizarmos pesquisas empíricas (como o emprego de questionários aplicados aos leitores ‘reais’, ou como a utilização de questionários realizados pela própria editora com vistas a conhecer seu público leitor), justifica-se pelo fato de acreditarmos que as repostas obtidas em uma pesquisa dessa natureza, cuja finalidade seria a de depreender as apropriações ‘reais’ e efetivas dos textos, estariam também elas envolvidas em representações e que uma tal empreitada não esclareceria por si mesma pontos que ainda permanecem, de algum modo, relativamente obscuros e sobre os quais pretendemos avançar em pesquisas futuras. Sabemos, por exemplo, que existem práticas, textos e objetos portadores de textos que, por sua legitimidade sócio-cultural, podem ser reconhecidos como seus e tornados públicos pelos entrevistados.

¹⁹ Os conceitos de “*mise en texte*”, “*mise en livre*”/“*mise en page*” empregados por Roger Chartier ([1985] 1996, p. 95), e traduzidos por Valdir Heitor Barzotto (1998, p. 46-61) por ‘*textualização*’ e ‘*composição*’, respectivamente, correspondem aos *procedimentos de produção de textos*, isto é, às escolhas exercidas pelo(s)

2. Procedimentos de *mise en page*, ou seja, os procedimentos composicionais que organizam a apresentação do texto na página, sua distribuição como, por exemplo, uma disposição do verbal e do não-verbal em conformidade com um direcionamento ocidental do olhar (de cima para baixo, da esquerda para direita), e da articulação de pontos estratégicos de atração do olhar leitor (por exemplo, por meio do uso de imagens, de cores etc.);

3. Procedimentos de *mise en livre* ou, no caso de nossa pesquisa, de *mise en magazine*²⁰, ou seja, os procedimentos composicionais que organizam a apresentação dos textos em sua ordenação de uma página à outra (como exemplo, a escolha das páginas da direita para a figuração das propagandas e a possibilidade de interrelação dos diversos textos presentes num mesmo suporte).

Em suma, é com base no princípio de que os *protocolos de leitura*, que se configuram estrategicamente²¹ como uma pedagogia do olhar-leitor, apresentam-se, como já salientamos, como traços a partir dos quais se pode evidenciar a prefiguração de práticas de leitura específicas, que empreendemos as reflexões e as análises que se seguem nesta tese.

autor(es) na produção do texto, tais como a seleção lexical, os procedimentos estilísticos na escrita, as opções temáticas etc. – trata-se de *um primeiro conjunto de dispositivos resultantes da escrita, puramente textuais, desejados pelo autor, que tenta impor um protocolo de leitura, seja aproximando o leitor a uma maneira de ler que lhe é indicada, seja fazendo agir sobre ele uma mecânica literária que o coloca onde o autor deseja que esteja*. (CHARTIER [1985] 1996, p. 96); e aos *procedimentos de produção de livros e procedimentos de colocação nas páginas*, isto é, às escolhas exercidas não só pelos autores mas, principalmente, pelo(s) editor(es) (sobretudo no caso dos textos que circulam nas revistas) na organização e apresentação dos textos no objeto que os porta, assim como sobre a página: a utilização da seqüenciação das páginas na revista para a definição da disposição dos textos (por exemplo, em função de sua temática) – trata-se *da disposição e a divisão do texto, sua tipografia, sua ilustração*. Esses procedimentos *não pertencem à escrita, mas à impressão, não são decididos pelo autor, mas pelo editor-livreiro e podem sugerir leituras diferentes de um mesmo texto*. ([1985] 1996, p. 96).

²⁰ Empregamos a noção ‘*mise en magazine*’ apoiados no paradigma ‘*mise en texte*’ e ‘*mise en livre/mise en page*’ proposto por Chartier. Para a análise do suporte revista impressa, como assinala Barzotto (1998), é preciso ter cautela com relação à aplicação do conceito de “*mise en livre/mise en page*”, uma vez que na sua concepção, esses conceitos tomaram como objeto o livro impresso. Portanto, optamos neste trabalho, considerando as especificidades do suporte revista, pela conceituação da noção de “*mise en magazine*”, para concebermos a *composição* desse objeto cultural e as representações decorrentes dessa distinção em relação ao livro impresso.

²¹ Gostaríamos de fazer aqui a ressalva que a eficácia e a consciência manipuladora dessas instruções devem ser relativizadas na medida em que elas podem ser dirigidas tanto estrategicamente, pelo autor ou pelo editor, com o intuito de prescrever uma prática, de regular a interpretação, de projetar um modelo de leitor, quanto de modo involuntário, uma vez que, o autor, o editor e os leitores compartilham, em função de sua inserção cultural, dos mesmos códigos de percepção, das representações de leitura que lhes são contemporâneas.

DOS CAPÍTULOS

- **CAPÍTULO 1**

OS DIFERENTES MODOS DE COMPREENDER O MUNDO E SUAS DISTINTAS CONCEPÇÕES DE LEITURA

No primeiro capítulo, empreendemos o esboço de uma história das modernas perspectivas teóricas que se voltaram para a interpretação dos textos, com vistas a situar nosso próprio gesto de leitura que, por seu turno, encontra-se inscrito em uma perspectiva definida histórico-culturalmente. Partir de um levantamento das diversas abordagens da leitura, tanto possibilita que possamos melhor compreender nossa prática interpretativa e sua necessária relativização frente às demais abordagens, quanto permite que nosso leitor rememore os traços mais gerais de cada uma dessas diferentes vertentes cujo escopo era a interpretação das manifestações simbólicas, em geral, e das lingüísticas, em particular.

No item 1.1, intitulado **Entre as palavras e as coisas, algumas concepções de leitura**, desenvolvemos uma breve retomada histórica da questão da interpretação, fundamentando-nos, principalmente, nas obras de David R. Olson ([1994] 1997) e Michel Foucault ([1966] 1992). Para realizarmos esse esboço de uma genealogia histórica da leitura/interpretação ou, ao menos, para tentarmos delinear os traços mais marcantes dessas diferentes perspectivas interpretativas, partimos da abordagem adotada por Olson ([1994] 1997). Em *O mundo no papel*, Olson descreve as mutações ocorridas na concepção de leitura, entre a Idade Média e a Idade Moderna, seguindo as marcações cronológicas e algumas das reflexões que figuram no livro “*As palavras e as coisas*”, de Michel Foucault ([1966] 1992) ²². Nessa obra o filósofo

²² Devemos precisar que a divisão histórica empreendida por Foucault ([1966] 1992), entre Idade Média, Idade Clássica e Idade Moderna, corresponde a um modo particular de recorte e designação dos períodos históricos que, segundo outra tendência da historiografia podem ser divididos no que se convencionou chamar **Idade Média**, período que cobre do século V até o século XV; **Idade Moderna**, período que cobre do final do século XV até o

traça uma análise histórico-epistemológica das condições de emergência das Ciências Humanas e observa que durante a Idade Média até o século XVI, na Renascença, as relações entre *as palavras e as coisas* eram predominantemente místicas e míticas e estabelecidas a partir do princípio da **semelhança**. Já nos períodos da Idade Clássica, entre os séculos XVII e XVIII, e da Idade Moderna, século XIX, as relações que intermediavam as palavras e as coisas baseavam-se, respectivamente, no predomínio do princípio da **representação** e da **interpretação**. Subjacentes a esses distintos tipos de relações entre “as palavras e as coisas”, cremos existir um deslocamento mais ou menos correspondente em relação às diferentes concepções de leitura que prevaleceram no mundo ocidental, desde o século XVI até a modernidade, como nos indica brevemente alguns apontamentos de Olson ([1994] 1997).

No item 1.2, intitulado **Alguns modelos teóricos contemporâneos e seus deslocamentos na abordagem da leitura**, detendo-nos na contemporaneidade, que recuamos deliberadamente até a segunda metade do século XIX, tencionamos situar as teorias que se ocuparam da leitura/interpretação textuais. Tentaremos seguir, nesse percurso que se estende do século XIX aos dias atuais, os diferentes enfoques que privilegiaram ora o autor, ora o texto, ora o leitor²³, remontando a essas diversas perspectivas teóricas que se ocuparam da leitura nesse período. Nosso objetivo, a partir desse recuo, consiste em tentar melhor compreender o momento atual, para que, fundamentados nessa compreensão, possamos empreender com mais sucesso uma espécie de síntese dessas perspectivas, na qual reservaremos uma posição especial

século XVIII, mais precisamente até a Revolução Francesa em 1789; e **Idade Contemporânea**, período entre 1789 e os dias atuais.

²³ A preocupação com essa história em que se destacam, em épocas diferentes, os papéis do autor, do texto e do leitor podem ser encontradas também em: CORTINA, A. (2000). ‘Três perspectivas de leitura’ *In: O príncipe de Maquiavel e seus leitores. Uma investigação sobre o processo de leitura* (p. 35-40); ECO, U. ([1990] 2000). ‘Intentio lectoris: Apontamentos sobre a semiótica da recepção’ *In: Os limites da Interpretação* (p. 03-09); JOUVE, V. ([1993] 2002). ‘O impasse dos estudos formalistas’ *In: A leitura* (p. 11-12); ORLANDI, E. (2000b). As histórias das leituras. *In: Discurso e Leitura*.; POSSENTI, S. (2004). ‘Notas um pouco cétricas sobre hipertexto e construção de sentido’ *In: Os limites do discurso: ensaios sobre discurso e sujeito*. (p. 210-213); ZILBERMAN, R. (1989). ‘Paralelas que se encontram em algum lugar da teoria. *In: Estética da recepção e história da literatura* (p. 13-28); ZILBERMAN, R. (2001). ‘Teorias da leitura: o papel do ensino. *In: Fim do livro, fim dos leitores?* (p. 68-72).

à História Cultural da leitura, em razão de seu conhecimento e experiência no trato com as formas materiais dos textos.

- **CAPÍTULO 2**

NOTAS SOBRE A MATERIALIDADE DISCURSIVA

Para tratarmos brevemente do conceito de *materialidade discursiva* e de sua importância para este trabalho, optamos por realizar, num primeiro momento, no item 2.1, intitulado **O ilegível na leitura: o processo de abstração do texto de seu suporte**, algumas considerações a respeito do processo histórico e cultural de abstração dos textos, ou seja, do apagamento de sua existência material, da supressão de seu suporte. Nesse processo, observamos a constituição, em vários domínios da análise especializada de textos, de uma espécie de ‘invisibilidade’ relativa da matéria que os dá a ver, fomentando e validando uma perspectiva ‘abstracionista’ que vigora em algumas teorias da interpretação.

Para refletir sobre esse processo histórico-cultural de produção de uma percepção abstrata dos textos e, ao mesmo tempo, para problematizá-lo, apoiamo-nos nas reflexões de Chartier, segundo as quais não há textos sem a presença de um suporte que possibilite materialmente sua leitura. Assim, segundo o autor, as significações sócio-históricas de um texto não estão desvinculadas dos dispositivos materiais que possibilitam sua apropriação pelos leitores (CHARTIER [1994] 1998, p. 105). Valendo-nos dessa perspectiva teórica, consideramos algumas das propriedades constitutivas desse processo de abstração dos textos que, por sua vez, pressupõem, práticas de leitura restritas à imanência textual, a uma certa semântica interna do texto, independentemente das formas de sua materialização e circulação.

No segundo item, **Questões em torno da materialidade discursiva: contribuições da História Cultural aos Estudos do Discurso**, aludimos a algumas concepções de

materialidade discursiva, conforme elas foram empregadas no domínio teórico da Análise do Discurso – mais precisamente, como a noção é concebida e reformulada por Pêcheux ([1975] 1995; 1981; [1983] 1997a) e comentadores, e elaborada diferentemente na *Arqueologia do Saber* ([1969] 2000), quando Foucault trata da materialidade do enunciado –, com vistas a contemplar, para além da materialidade discursiva composta pela língua, outras materialidades relativas, de um lado, à formulação, e, de outro, à circulação: respectivamente, gênero e suporte. Para tanto, conforme já reiteramos, nos fundamentamos em algumas contribuições conceituais da História Cultural, mais especificamente no que diz respeito à sua abordagem da materialidade física dos objetos culturais.

No terceiro item, denominado **A(s) orden(s) do discurso: relações entre as linguagens, o gênero e o suporte**, buscamos refletir sobre as implicações e os limites entre o gênero e o suporte, considerando-os como constituintes da *materialidade discursiva*, conceito que atravessará toda nossa análise. A partir da conceituação dos gêneros do discurso desenvolvida por Bakhtin ([1979] 2000), principalmente no que tange à dimensão da *construção composicional* e aos seus pontos de contato com a noção de *mise en page*, conforme a concebe Chartier ([1994] 1998), em sua reflexão acerca do *suporte* de textos, tecemos algumas considerações sobre a incidência dos gêneros na materialidade discursiva.

• CAPÍTULO 3

REVISTA EM REVISTA:

REPRESENTAÇÕES DE PRÁTICAS DE LEITURA EM *VEJA*

Com vistas a analisar os textos na revista impressa, suas especificidades no suporte sob análise e as técnicas de inscrição das representações das práticas de leitura, nos propomos a observar alguns procedimentos empregados na produção dos textos da revista *Veja*.

Vislumbrando esse objetivo, concebemos uma divisão básica que separa os textos dessa revista em dois abrangentes gêneros discursivos, a saber, textos editoriais e textos publicitários, seguindo a separação e a denominação adotada pela própria ANER - Associação Nacional dos Editores de Revista. Com base nessa divisão, acreditamos ser possível traçar algumas especificidades de práticas recentes de escrita que “jogam” com os modos de apresentação desses dois gêneros. Quanto ao gênero de textos editoriais, destacamos, sobretudo no item 3.1.3, o processo crescente de imagetização dos textos. Se há algum fundamento no adágio popular bastante difundido, segundo o qual se afirma que “uma imagem vale mais que mil palavras”, é preciso imediatamente sublinhar a necessidade de que sua utilização midiática não se dá de modo aleatório e despropositado: como se seu emprego por si mesmo assegurasse a eficácia dos efeitos pretendidos. No entanto, quando devidamente utilizada pelas mídias, a potência significativa da imagem é inegável, principalmente, numa sociedade em que a visão se tornou o sentido mais facilmente instrumentalizável. A visão foi amplamente potencializada por meio de lentes, de aparelhos fotográficos, de vídeo etc. e das estratégias de ampliação, de aproximação e de trucagem. A partir das técnicas de ampliação e reprodutibilidade das imagens, as mídias podem manipulá-las e repeti-las, conforme apresentamos no item 3.1.3, a respeito das imagens fotográficas nos textos de revista, e no item 3.3, a respeito da repetição das imagens. Em relação à técnica de ampliação fotográfica, extensivamente empregada nos textos da revista *Veja*, ressaltamos a busca de apreensão dos menores gestos das personalidades fotografadas, em geral personalidades políticas, com vistas à exploração de um suposto princípio psicanalítico, segundo o qual os nossos gestos inconscientes, por menores que sejam, revelam nosso caráter, mais do que nossos gestos conscientes e refletidos.

Em nossa análise do gênero publicitário na revista impressa, promovemos um cotejamento entre o conceito de *gênero do discurso* e o de *suporte*, com o objetivo de ponderar sobre a relação entre essas duas formas de estabelecimento do texto e de delinear algumas

contribuições para a análise lingüístico-discursiva e, mais especificamente, para a análise de textos veiculados em revistas impressas brasileiras. Esse cotejamento foi empregado, sobretudo, na análise de gêneros híbridos presentes em muitos exemplares da revista impressa analisada, quais sejam, o **Informe Publicitário** e a **Publireportagem**. As reflexões sobre esses gêneros híbridos encontram-se no item 3.2, ao qual designamos por **Gênero misto ou novo gênero?**. Conforme pretendemos indicar, em função dos “empréstimos” e das mútuas influências entre os gêneros que compõem o conjunto dos textos de revista, esses textos híbridos apresentam marcas privilegiadas de projeções de práticas de leitura.

Além de outros recursos, no terceiro capítulo, mais especificamente no item 3.4, intitulado **Da inscrição do leitor em *Veja***, analisamos algumas estratégias editoriais que concebemos como índices de representações de práticas de leitura, de formas de construção de um leitor projetado e de produção de efeitos como de espelhamento do leitor-real à projeção que lhe é apresentada nas páginas da revista, sob a forma do que poderíamos nomear, segundo Guattari e Rolnik ([1986] 1993) de *agenciamento da subjetividade*. Com vistas a melhor compreender esse processo de subjetivação dos leitores de revista impressa, fundamentamos nossa reflexão na noção forjada pelo sociólogo inglês, Antony Giddens ([1990] 2002), de *compromissos sem rosto*, em sua análise das mudanças nos sistemas de promoção e estabelecimento de confiança que caracterizam a sociedade moderna, e analisamos a simulação de relações interpessoais entre a mídia e seus ouvintes/leitores, a partir dos modos de interpelação empregados por meio de várias estratégias de escrita e de inscrição do leitor. Considerando a diversidade dessas estratégias, traçamos uma distinção conceitual entre os distintos estratagemas discursivos mobilizados e entre os efeitos que deles decorrem. De fato, constatamos uma espécie de gradação, um tipo de intensificação dos efeitos produzidos no emprego de cada uma dessas estratégias, de modo que foi possível estabelecermos um gradiente que vai da **individualização**, passando pela **personalização**, até a **singularização**.

Nosso trabalho, desenvolve-se, portanto, nesses três capítulos, partindo de um breve panorama geral das perspectivas de leitura ao longo da história, desde o século XVI, passando por uma sucinta reflexão acerca da *materialidade discursiva*, até as reflexões e análises propriamente ditas dos textos da revista impressa. Conforme reiteramos, essas reflexões e análises incidem, principalmente, sobre as estratégias de escrita empregadas na produção desses textos de *Veja*; essas estratégias nos interessam particularmente em razão de sua condição de indícios que nos sinalizaram uma certa representação de leitor, ou seja, algumas representações de práticas de leitura contemporâneas.

OS DIFERENTES MODOS DE COMPREENDER O MUNDO E SUAS DISTINTAS CONCEPÇÕES DE LEITURA

Historicizar nossa relação com a leitura é uma forma de nos desembaraçarmos daquilo que a história pode nos impor como pressuposto inconsciente

[...]

Se é verdade que o que eu digo da leitura é produto das condições nas quais tenho sido produzido enquanto leitor, o fato de tomar consciência disso é talvez a única chance de escapar ao efeito dessas condições.

Roger Chartier

Com vistas a situar nossa prática de leitura, bem como oferecer para nossos eventuais leitores um esboço histórico de perspectivas teóricas que se voltaram para a questão da leitura e da interpretação, empreendemos inicialmente neste capítulo um percurso semelhante àquele adotado pelo especialista em cultura escrita, David Olson ([1994] 1997). *Grosso modo*, seu percurso fundamenta-se na análise da oscilação das teorias da interpretação, durante os períodos do final da Idade Média começo da Renascença (séculos XV e XVI) e Idade Clássica (séculos XVII e XVIII). Essa oscilação, ou melhor, essa descontinuidade entre concepções de leitura, durante esse período, pode ser resumida em duas perspectivas de interpretação: uma voltada para a análise da ‘superfície’, outra para a análise do ‘profundo’ dos textos. Para desenvolver essa hipótese, e visando caracterizar as tendências da interpretação, Olson ([1994] 1997) valeu-se da história da constituição das Ciências Humanas, empreendida por Foucault ([1966] 1992) em sua obra *As palavras e as coisas*.

Amparando-se na reflexão desenvolvida pelo filósofo acerca das diferentes relações estabelecidas entre “as palavras e as coisas”, Olson sugere-nos, com sua análise, um

contraponto entre essas relações e as concepções de leitura a elas subjacentes, inspirando-nos, portanto, a realizar esse esboço histórico das diferentes concepções da interpretação, por meio do qual talvez pudéssemos compreender melhor nossos gestos de interpretação contemporâneos em suas continuidades e descontinuidades com o passado.

1.1. ENTRE AS PALAVRAS E AS COISAS, ALGUMAS CONCEPÇÕES DE LEITURA

Ao analisar a emergência dos saberes sobre o homem, dentre os quais, as mudanças nas concepções da linguagem e da interpretação, que perpassavam a relação entre *as palavras e as coisas*, do século XVI ao século XIX, Foucault ([1966] 1992) nos oferece um quadro histórico-epistemológico a partir do qual podemos compreender as mudanças no modo como o homem interpretava “o mundo” e, extensivamente, os textos. Esse quadro apresenta-se organizado em *epistemes*: paradigmas de uma determinada época no interior da qual se estruturariam os saberes, de modo descontínuo. Segundo o autor, a *episteme* compreende o *conjunto das relações que podem unir, em uma dada época, as práticas discursivas que dão lugar a figuras epistemológicas, a ciências, eventualmente a sistemas formalizados*, ou seja, trata-se do *conjunto das relações que podem ser descobertas, para uma época dada, entre as ciências, quando estas são analisadas no nível das regularidades discursivas*. (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 217)²⁴.

Desse quadro analisado por Foucault – como solo de onde emergiram e se instituíram as ciências humanas modernas, tais como a filologia, a biologia e a economia política, a partir, respectivamente, de mudanças nas práticas discursivas acerca da linguagem, da vida e do trabalho –, ocuparemos-nos, mais especificamente, das mudanças nas práticas discursivas que

²⁴ O princípio segundo o qual se organizam as *epistemes* é o da descontinuidade característica da passagem de uma *episteme* para outra, rompendo, desse modo, com uma perspectiva evolucionista da história. A descontinuidade, no entanto, não inviabiliza que haja, numa *episteme*, resquícios das anteriores, uma vez que não se trata de uma *figura imóvel que, surgida um dia, seria convocada a apagar-se bruscamente* (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 217). É o que pontua a analista de discurso e estudiosa da obra de Michel Foucault, Maria do Rosário Gregolin (2004): *Foucault ressalva que apontar essas mudanças de **epistemes** não significa dizer que, de uma a outra, todo um mundo absolutamente novo de objetos, enunciações, conceitos, escolhas teóricas surge já armado e organizado em um texto que o situaria de uma vez por todas. O que se pretende enfatizar é o fato de que ocorreu uma **transformação geral de relações** que não altera, forçosamente, todos os elementos, pois há, sempre, multiplicidade e dispersão em uma **episteme*** (p. 84, grifos da autora).

dizem respeito à linguagem, ao modo como se configurou, diferentemente, a relação entre as palavras e as coisas, caracterizando assim as diferentes *epistemes*: ***episteme da semelhança*** (que predominou entre o fim da Idade Média, no século XV, e o início do Renascimento, no século XVI, aproximadamente); ***episteme da representação*** (compreendendo o período chamado de Idade Clássica, entre os séculos XVII e XVIII); e ***episteme da interpretação*** (em vigor na chamada Idade Moderna, iniciada no século XIX)²⁵.

Com o objetivo de esboçar as diferentes concepções de leitura subjacentes ao modo como os saberes sobre a linguagem foram instituídos nas diferentes *epistemes*, passamos agora a caracterizar as relações de **semelhança**, de **representação** e de **interpretação** estabelecidas entre as palavras e as coisas, em diferentes períodos históricos.

1.1.1. CONCEPÇÕES DA LEITURA NA EPISTEME DA SEMELHANÇA

Nessa **primeira episteme** – nomeada por Foucault ([1966] 1992) como *episteme da semelhança* – não se distingüia a palavra da coisa. Na *Idade da similitude* as palavras *são* as coisas, *igualando magicamente palavra e coisa* (GREGOLIN, 2004, p. 79). As palavras e as coisas assemelhavam-se entre si e as marcas dessa similitude eram os signos a partir dos quais poder-se-ia ler a Escrita Divina, a Escrita da Natureza.

Não restritas aos signos de ordem lingüística, essas relações estendiam-se a todos os tipos de signos, compreendendo, por exemplo, o estabelecimento de relações entre os sinais

²⁵ Em sua divisão da história, conforme precisamos na nota de número 24 da introdução, Foucault ocupa-se das mudanças ocorridas na produção dos saberes entre os períodos da Renascença e da Idade Clássica, e entre esta da Idade Clássica e o da Idade Moderna. No entanto, é possível estendermos, eventualmente, algumas das características da Renascença à baixa Idade Média, período no qual, segundo alguns historiadores, foram gestados os princípios do Renascimento. O mesmo faremos em relação à Idade Moderna, estendendo, para além do século XIX, algumas de suas características, as quais acreditamos figurarem ainda no século XX, na Contemporaneidade.

dispostos em plantas e sua semelhança com partes do corpo humano, indiciando divinamente o poder de cura do primeiro em relação ao segundo.

Entre as marcas e as palavras, não difere a observação da autoridade aceita ou o verificável da tradição. Por toda a parte há somente um mesmo jogo, o do signo e do similar, e é por isso que a natureza e o verbo podem se entrecruzar ao infinito, formando, para quem sabe ler, como que um grande texto único.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 50)

Nesse período os signos eram considerados uma repetição uns dos outros, um desdobramento ou, nos termos de Foucault, uma dobra.

Na Idade Média considerava-se que as palavras, como as imagens, tinham uma vinculação natural com as coisas. Os objetos tinham um nome verdadeiro, dado por Adão na criação, e as imagens eram identificadas com os objetos no lugar dos quais estavam. A relação era de metonímia: nomes e imagens eram considerados partes intrínsecas dos objetos.

(OLSON, [1994] 1997, p. 182)

A linguagem era concebida sob a perspectiva da motivação, cabendo ao homem interpretar os sinais dispostos na natureza, em sua superfície evidente. As palavras apresentavam-se na sua não-arbitrariedade como coisa a decifrar.

A partir do princípio da decifração pautado na lógica da similitude, a interpretação definia-se como um exercício infindável de desvelamento das marcas deixadas no livro-mundo pela mão divina, uma vez que *as semelhanças exigem uma assinalação, pois nenhuma dentre elas poderia ser notada se não fosse legivelmente marcada* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 45).

Baseadas na identificação das semelhanças, instauraram-se, por exemplo, técnicas de cura das doenças e técnicas de adivinhação. Para a cura das doenças era preciso identificar possíveis semelhanças entre órgãos doentes e recursos da natureza que, deixadas por Deus nas

coisas, dependiam apenas do gênio do homem para relacioná-las. Conforme exemplifica Foucault ([1966] 1992) com o *Traité des signatures* escrito por Crollius, a noz era prescrita como cura para *as aflições do pericrânio*. Outro exemplo de técnica de cura das doenças, dessa vez dado por Olson ([1994] 1997), diz respeito à medicina simpatética do médico e astrólogo Paracelso (1493-1541), para quem o tratamento baseava-se no princípio do *igual pelo igual*, assim, *as folhas do cardo não picam como agulhas? Graças a esse sinal, a arte da magia descobriu que não há melhor erva contra as pontadas da dor* (PARACELSO *apud* OLSON, [1994] 1997, p. 178).

As técnicas de adivinhação, fundamentadas no princípio da analogia, permitiam a leitura do destino a partir das marcas do corpo do homem como, por exemplo, nos sulcos da palma de sua mão. O caráter de alguém também poderia ser desvelado na leitura de sua fisionomia, nas suas marcas naturais, de nascença, e também nas marcas não-naturais como as cicatrizes. O princípio que regia essas técnicas de adivinhação baseava-se na *analogia entre o microcosmo humano e o macrocosmo natural ou cósmico* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 53), princípio que os autores exemplificam com as tradicionais comparações zoomórficas, comuns na Idade Média, segundo as quais *o homem que se parece com o leão ‘é corajoso como o leão’, do mesmo modo, outro é ‘luxurioso como o porco’, e outro é, enfim, ‘tratado como uma mula’: as semelhanças morfológicas atestam o caráter, elas são sua ‘assinatura’*²⁶ (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 53)²⁷.

²⁶ *analogie entre le microcosme humain et le macrocosme naturel ou cosmique* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 53) [...] *l’homme qui ressemble au lion est ‘hardi comme le lion’, tel autre ‘luxurieux comme le porc’, tel autre enfin ‘traité comme le mulet’: les ressemblances morphologiques témoignent du caractère, elles sont sa ‘signature’*. (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 53).

²⁷ Para mais exemplos, remetemos aqui ao livro de Jean-Jacques Courtine e Claudine Haroche, *Histoire du visage – exprimer et taire ses émotions (XVIe – début XIXe siècle)*, no qual os autores observaram, a partir do surgimento e do ressurgimento dos tratados de fisionomia, os deslocamentos históricos do desenvolvimento do individualismo com sua análise das formas de emergência e de controle da expressão do rosto como signo da identidade individual.

A busca das similitudes, das semelhanças, requeria um conhecimento, uma arte de desvendar, uma técnica de *fazer falar os signos e descobrir seu sentido*, ao que Foucault chamou de *hermenêutica da semelhança* ([1966] 1992, p. 45).

Forma assinalante e forma assinalada são semelhanças, mas paralelas. E é por isso, sem dúvida, que, no saber do século XVI, a semelhança é o que há de mais universal; ao mesmo tempo aquilo que há de mais visível, mas que se deve, entretanto, buscar descobrir por ser o mais escondido [...].

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 45)

A semelhança é, no século XVI, *o nexó entre o signo e o que ele indica* ([1966] 1992, p. 47), era o que permitia interpretar.

O mundo é coberto de signos que é preciso decifrar, e estes signos, que revelam semelhanças e afinidades, não passam, eles próprios, de formas da similitude. Conhecer será, pois, interpretar: ir da marca visível ao que se diz através dela e, sem ela, permaneceria palavra muda, adormecida nas coisas.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 48)

Segundo o autor, essa interpretação/adivinhação, calcada em princípios mágicos – que relacionavam não somente as palavras às coisas, mas também as coisas às coisas, graças a sua semelhança –, era próprio da maneira de se produzir saber no interior dessa episteme.

Não há diferença entre essas marcas visíveis que Deus depositou sobre a superfície da terra, para nos fazer conhecer seus segredos interiores, e as palavras legíveis que a Escritura ou os sábios da Antigüidade, esclarecidos por uma luz divina, depositaram nesses livros que a tradição salvou. A relação com os textos é da mesma natureza que a relação com as coisas; aqui e lá são signos que arrolamos.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 49)

Liam-se, portanto, os signos lingüísticos, de modo adâmico, ou seja de modo *fundante e motivado*, *elegendo os vocábulos sugeridos pelas próprias coisas, como se ele* [Adão]

entendesse a qualidade delas, expressa através do léxico. (WALTER BENJAMIN *apud* ZILBERMAN, 2001, p. 16). Assim como a leitura do mundo, a leitura do escrito, em sua especificidade, era uma prática epifânica, dado que o sentido estava presente nas entrelinhas. Os leitores (poucos e ‘autorizados’) eram agraciados com a palavra divina inscrita no texto do mundo e nos textos escritos, que eram, na verdade, apenas glosas da palavra de Deus. Cabia aos leitores fazer nascer *por sob o discurso existente, um outro discurso, mais fundamental e como que ‘mais primeiro’ [...] fazendo nascer assim, ao infinito, as fidelidades vizinhas e similares da interpretação* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 57, 58). Assim, nesse período, a leitura deveria se ocupar do *profundo* do texto, do entre-texto, do Texto escondido no texto, dado que a interpretação tinha uma relação com o divino, e sua decifração reservava-se a poucos²⁸. Os textos eram vistos portanto *como uma fonte ilimitada, da qual era possível extrair um suprimento inesgotável de significados* (OLSON, [1994] 1997, p. 160)²⁹. Diante dessa riqueza de significados e considerando a sua origem divina, a exegese não poderia ser outra coisa senão um comentário, uma glosa do Texto Primeiro. A atividade de interpretação baseava-se então no exercício infinito do comentário, no que se designava como *lectio*, a qual, segundo Barthes e Compagnon ([1979] 1984), repousava num postulado simples: *a idéia que há sob a letra do texto, sob o sentido literal, um segundo sentido, escondido: o espírito. O que é próprio da leitura é descobrir, revelar, no sentido técnico, o espírito do texto.* (p. 202), e não

²⁸ O uso de metáforas na linguagem bíblico-religiosa pode ser um exemplo de como a própria escrita da manifestação divina, semelhante à natureza, só poderia ser acessada pela interpretação das similitudes dessa palavra onipotente e onipresente, manifesta tanto na natureza quanto na escrita humana de inspiração divina. Para se dizer o inefável, sua manifestação então não poderia ser literal, direta, objetiva. Além disso, uma linguagem metafórica contribui num contexto de perseguição romana. Os cristãos se valem também, entre outros subterfúgios frente à perseguição, conforme nos lembra Debray ([1991] 1993), de códices pequenos, de fácil transporte, como o suporte que encarnava e promovia a ubiquidade da palavra divina.

²⁹ Ao descrevermos uma concepção de leitura em vigor, apontamos para seu predomínio, não para sua exclusividade. Durante a Idade Média, por exemplo, o predomínio da concepção de leitura como atividade epifânica não impediu que outras vozes se manifestassem acerca da questão da leitura. No século V, na Alta Idade Média, *Santo Agostinho argumentava que todo texto tem um sentido literal [...]. Embora o sentido espiritual fosse considerado muito mais importante do que o literal, Agostinho defendia a idéia de que ele se baseava sempre na letra (...)*. (OLSON, [1994] 1997, p. 163). Com base no princípio agostiniano, no século XII, outros doutores da Igreja, como Hugo de São Vitor e André de São Vitor *desenvolveram uma abordagem acadêmica e sistemática da interpretação, ‘substituindo a revelação pela pesquisa’* ([1994] 1997, p. 163).

de qualquer texto, mas o Texto bíblico, que, segundo os autores, *durante todo o período do ensino monástico, do século VI até o princípio da escolástica, no século XII*, [tornou-se] *o único livro, a Bíblia* (p. 201).

É sabido que no Ocidente, durante a Idade Média, a exegese religiosa predominava em relação às outras abordagens de interpretação, tais como a exegese jurídica e a exegese poética. Assim, a leitura era definida teoricamente em conformidade, sobretudo, com as preocupações dos responsáveis pela difusão dos dogmas religiosos e pelo zelo da integridade dos textos sagrados. Integridade que só poderia ser garantida por intérpretes escolhidos pela igreja, cabendo somente a eles ascender à palavra divina desvelada na interpretação da Escritura e do livro-mundo. Quanto à difusão dos dogmas, a maior dificuldade residia na escassez de leitores em função do difícil acesso tanto à cultura letrada, quanto aos objetos portadores de textos. Essa restrição era a base na qual se forjava o controle, por parte dos zelosos dos dogmas cristãos, da integridade dos textos sagrados, controle promovido pelas ‘leituras autorizadas’ que deveriam traduzir a palavra divina, presente nos escritos, sem desvirtuar seus ensinamentos. A prioridade, na leitura, era dada à interpretação da palavra divina escondida nas palavras escritas pelos homens.

A escrita apresentava-se, de modo semelhante à díade platônica essência/aparência, como a parte aparente, logo menos verdadeira, que encobria a verdade, mais profunda, da palavra divina, assim como reitera o texto bíblico: *a letra mata, mas o espírito dá vida* (Bíblia Sagrada, II Coríntios, 3:5, 1969). Essa perspectiva cristã, salvaguardada na filosofia de Platão, fundamentava-se na analogia que se fazia entre a letra/sentido e corpo/alma, para a qual *a letra era vista como a forma verbal do texto, o espírito como o seu sentido ou significado – uma versão da distinção entre o que o texto diz e o que ele quer dizer* (OLSON, [1994] 1997, p. 162).

No começo do século XVII, a similitude, segundo Foucault, não é mais a forma predominante do saber e deixa, em relação ao século anterior, *a lembrança deformada de um conhecimento misturado e sem regra, onde todas as coisas do mundo se podiam aproximar ao acaso das experiências, das tradições ou das credulidades* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 66). É o início do tempo da representação.

1.1.2. CONCEPÇÕES DA LEITURA NA EPISTEME DA REPRESENTAÇÃO

Estabelece-se uma outra relação entre as palavras e as coisas no curso da Idade Clássica ou Idade Moderna (perfazendo relativamente o período entre o final do século XV até o século XVIII), na **episteme** conhecida como **da representação**. Nesse período, engendrou-se a mudança nas relações entre as palavras e as coisas que, a partir de então, não foram mais consideradas em função de sua similaridade, mas de sua referencialidade, ou seja, a palavra passou a representar a coisa, ela deixou de ser a coisa, de invocá-la de modo místico e mágico, para então ser sua representante.

A magia, que permitia a decifração do mundo descobrindo as semelhanças secretas sob os signos, não serve mais senão para explicar de modo delirante por que as analogias são sempre frustradas. A erudição, que lia como um texto único a natureza e os livros, é reconduzida às suas quimeras: depositados nas páginas amarelecidas dos volumes, os signos da linguagem não têm como valor mais do que a tênue ficção daquilo que representam.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 63)

Na episteme da representação, *as palavras acabam de se fechar na sua natureza de signos*, rompem com *seu velho parentesco com as coisas* (FOUCAULT, [1966] 1992, pp. 63, 64), e marca-se, nesse momento, *o desaparecimento das velhas crenças supersticiosas ou mágicas e a entrada, enfim, da natureza na ordem científica* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 70).

Na esteira do racionalismo, lia-se a superfície do texto na busca do seu sentido histórico, literal, uma vez que se passou a entender a interpretação na Idade Média, como falaciosa, como uma prática ineficaz, não-científica, subjetiva e coercitiva, à qual era preciso contrapor uma prática *preocupada com o texto exato, correto, distinto do comentário, dando a devida atenção ao sentido das palavras, à etimologia, à sintaxe, ao contexto e à intenção do autor [...]* (OLSON, [1994] 1997, p. 183). A Reforma Protestante foi determinante para o estabelecimento da concepção de leitura assentada no princípio da literalidade, que era compreendido segundo Lutero, como um princípio fundamentado essencialmente na historicidade, ou seja, na análise histórica. A Reforma contribui para a mudança na concepção de interpretação, ao questionar e negar o modo especulativo e tendencioso segundo o qual se lia a Bíblia na Igreja Católica.

Martin Lutero, influenciado pelos estudos da ‘leitura literal’ realizados por Tomás de Aquino, acreditava que *o verdadeiro sentido real da Escritura era o histórico ou literal, o sentido que estava disponível para todos os que se dispusessem a ler cuidadosamente.* (OLSON, [1994] 1997, p. 169). A preocupação difundida, durante a Reforma, com o modo de ler os textos sagrados influenciou sensivelmente a mudança das práticas de leitura. A partir de então, o sentido dos textos deveria ser apreendido na superfície textual, com vistas a realizar a

leitura mais objetiva possível³⁰. A preocupação com a objetividade exigia dos leitores um esforço para encontrar o sentido literal que demandava

uma série de procedimentos, uma hermenêutica para decidir os casos complexos. A interpretação precisava ser abertamente fundamentada no texto, mas ela envolvia a erudição léxica, sintática e histórica para decidir muitos casos.

(OLSON, [1994] 1997, p. 191).

Entenda-se que, para o pensamento clássico, a representação engendradora na relação dos signos com o que eles representam é considerada em sua evidência, em sua não equivocidade. *É que entre o signo e seu conteúdo não há qualquer elemento intermediário e nenhuma opacidade* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 81), porque fruto da reflexão, da racionalidade, das classificações exaustivas, dos quadros taxionômicos, enfim, da justa decifração. Buscou-se constituir, então, um *método algorítmico de ler* (OLSON, [1994] 1997, p. 192), *mais ou menos mecânico, e disponível a todos que seguissem os procedimentos corretos* (OLSON, [1994] 1997, p. 183) e assim, *baseados nesse método, todos os leitores chegariam à mesma interpretação e [...] a obteriam novamente em todas as releituras subsequentes*. (OLSON, [1994] 1997, p. 184).

Diferentemente da episteme da semelhança, na qual a exegese restringia-se ao comentário, na episteme da representação, instaura-se o espaço da crítica pois

não se busca mais desvelar o grande propósito enigmático que está oculto sob seus signos; pergunta-se-lhe como ele funciona: que representações ele

³⁰ A valorização da objetividade contribuiu para se condenar, nesse período, o emprego de metáforas nos textos, de simbolizações na pintura, em nome da fidelidade do sentido literal. A partir de então a produção dos textos e dos quadros com pinturas de natureza e de retratos pessoais passou a se preocupar com a representação *ipso facto*, provocando, pela primeira vez, segundo Olson ([1994] 1997), a emergência da conotação pejorativa de conceitos como o de ‘linguagem figurada’, ‘interpretação’ e ‘comentário’.

designa, que elementos recorta e recolhe, como analisa e compõe, que jogo de substituições lhe permite assegurar seu papel de representação.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 95)

Desloca-se, portanto, a atenção para a superfície do texto, antes voltada para a verdade invisível de suas entrelinhas. A leitura deveria indicar, pela superfície do texto, seu sentido histórico, único e autêntico, exigindo pois que a exegese dos textos religiosos adotasse, a partir do século XVII, métodos críticos.

[...] não se tratava mais de redizer o que já havia sido dito neles, mas de definir através de que figuras e imagens, seguindo que ordem, para que fins expressivos e para dizer qual verdade, tal discurso fora sustentado por Deus ou pelos Profetas sob a forma que nos foi transmitida.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 96).

A leitura que se fazia do mundo, descrevendo-o exaustivamente, acessando sua verdade a partir da observação apoiada no intelecto, é metonimicamente observada nas práticas de leitura do livro. Natureza e textos eram lidos *de acordo com suas propriedades superficiais detectáveis* (OLSON, [1994] 1997, p. 245), passíveis de descrição objetiva, evitando toda e qualquer sugestão ou insinuação que pudesse, então, se superpor à realidade factual, visível, superficial, dos objetos.

Sem perder seu poder de representar, a palavra, a partir do séc. XIX, deixa de ser reconhecida estritamente como representação de alguma coisa para alguém que a emprega ou que a recebe. A palavra não mais representa a coisa, como se essa lhe fosse uma função própria, interior a cada palavra, mas a representa em função de ser concebida em seu caráter relacional, dependente de outros elementos, submetida à ordem destes, obedecendo

a certo número de leis estritas que regem de maneira semelhante todos os outros elementos da mesma língua; de sorte que a palavra só está vinculada a uma representação, na medida em que primeiramente faz parte da organização gramatical pela qual a língua define e assegura sua coerência própria. Para que a palavra possa dizer o que ela diz, é preciso que pertença a uma totalidade gramatical que, em relação a ela, é primeira, fundamental e determinante.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 296)

É o início do tempo da interpretação.

1.1.3. CONCEPÇÕES DA LEITURA NA EPISTEME DA INTERPRETAÇÃO

No começo do século XIX, inicia-se a **terceira episteme** – da **interpretação**. É nesse período que se realizam os primeiros esboços da gramática comparada, segundo a qual as *línguas são confrontadas não mais por aquilo que as palavras designam, mas pelo que as liga umas às outras* (FOUCAULT, [1966] 1992, p. 251); o ser da linguagem nesse momento não é mais visto como ‘natural’ (1ª episteme) ou representacional (2ª episteme), mas a partir de seu princípio organizacional, como nos esclarece Foucault:

o que permite definir uma língua não é a maneira como ela representa as representações, mas certa arquitetura interna, certa maneira de modificar as próprias palavras segundo a postura gramatical que ocupam umas em relação às outras: é o seu **sistema flexional**.

(FOUCAULT, [1966] 1992, p. 252)

Diferentemente das epistemes anteriores, quando as palavras eram entendidas, ora como significando algo a se descobrir nas entrelinhas, ora simplesmente porque indicavam objetivamente o mundo, na episteme da interpretação o problema do sentido reclama agora uma resposta que ultrapasse o mero comentário ou a crítica objetiva. Não se trata mais de repetir e de fazer emergir o discurso Divino, nem de creditar à objetividade da observação científica mais do que lhe é devido, mas de, afastando-se da primeira e desconfiando da capacidade da segunda, empreender uma teoria da interpretação, com vistas a uma cientificidade de outra ordem.

Nessa episteme, desenvolver-se-ão, portanto, as reflexões sobre a língua como sistema autônomo, das quais a teoria do signo e as considerações que dela advêm – como a dicotomia significado/significante, a linearidade do significante e, principalmente, a arbitrariedade do signo e a teoria do valor, conforme foram apresentadas por Ferdinand de Saussure – são corolárias. Nesse tempo-espaço teórico da interpretação, as palavras não mais representam as coisas e com elas não mantêm uma relação motivada.

Graças à preocupação com a sistematicidade da língua, instaurada formalmente com o Curso de Lingüística Geral, Foucault ([1966] 1992) afirma que a língua aparece, então, pela primeira vez, em sua legalidade própria.

Na esteira dos desenvolvimentos dos estudos lingüísticos, pode-se observar que a interpretação, como exercício de atribuição do(s) sentido(s) de um texto, será caracterizada, *grosso modo*, em duas macro abordagens, a saber, aquela referente à relação que o texto estabelece consigo mesmo; e aquela referente à relação do texto com uma exterioridade.

Voltando-nos para uma apresentação dos desdobramentos dessas duas macro linhas de análise lingüística, apresentamos, no próximo item, alguns modelos teóricos contemporâneos que abordaram a leitura.

1.2. ALGUNS MODELOS TEÓRICOS CONTEMPORÂNEOS E SEUS DESLOCAMENTOS NA ABORDAGEM DA LEITURA

Detendo-nos na episteme da interpretação, empreendemos agora uma história de menor duração das práticas de leitura, ou melhor, das mudanças sofridas pelas teorias que se ocuparam da leitura, entre a segunda metade do século XIX e os dias atuais. Poderíamos contemplar as discontinuidades da história contemporânea da leitura, a partir de seu enfoque privilegiado ora do **autor**, ora do **texto**, ora do **leitor**.

Com vistas a traçar uma descrição de mudanças conceituais que o tratamento da leitura recebeu nesse período, tanto nos estudos literários quanto nos estudos lingüísticos, apresentamos sucintamente um levantamento das perspectivas que, segundo os diferentes enfoques indicados acima, configuraram os estudos contemporâneos da leitura.

Durante a segunda metade do século XIX, a Filologia – também conhecida como “a mais difícil arte de ler” – abarcava tanto os estudos voltados para a língua quanto para a literatura. O bom filólogo deveria exercitar sua erudição, mostrando-se um profundo conhecedor das Artes, capaz de e hábil para opinar sobre vários assuntos a elas concernentes. Sob essa generalização dos estudos filológicos, havia uma separação do trabalho: entre os lingüistas – que até então não eram assim nomeados, mas conhecidos por gramáticos, neogramáticos – e os literatos/letrados.

Para além dessas divisões do trabalho intelectual referentes à língua, à leitura, destacava-se o predomínio da abordagem histórica, comum tanto aos estudiosos da língua quanto aos das obras literárias. Essa preocupação histórica promoveu, nos estudos da língua, uma busca pela origem, pela proto-língua ou língua-mãe da qual todas as outras adviriam. As línguas foram então submetidas a comparações que garantiam, até certa medida, descrever um percurso histórico que supostamente definiria a origem comum de todas elas.

Quanto aos estudos literários, desenvolveu-se uma teoria sobre a interpretação das obras que deveria se fundamentar, para garantir a atribuição “correta” de sentido, na consideração privilegiada das intenções do autor, suas fontes e influências, que, então, o caracterizariam, e, conseqüentemente, a sua obra. Esse movimento, assim como a Lingüística Histórica e os Neogramáticos, alicerçou-se numa perspectiva histórica e numa metodologia comparativa dos textos graças a sua preocupação em comum, a de *comparar as estruturas ou fenômenos análogos, com a finalidade de extrair leis gerais*”(CARVALHAL, 1998, p. 8). Nesse período, a comparação, procedimento metodológico privilegiado nos estudos literários, fomentou a emergência de um campo específico de estudos: a Literatura Comparada³¹. Sobretudo na perspectiva francesa, segundo Carvalhal (1998), a principal preocupação de um crítico literário, ou de um bom leitor de literatura, deveria ser, com vistas a melhor compreensão do texto literário, além da consideração do que é materializado no texto lingüisticamente, o conhecimento da biografia do autor, inclusa aí a relação dos livros que ele lera, quais os autores que o influenciaram, inspiraram ou nos quais ele teria baseado a sua obra³². Assim, o leitor especializado deveria buscar, nos fatos marcantes da vida do autor e nas obras que este lera, a explicação para os sentidos dos textos. Caberia, então, a esse leitor identificar as “marcas” que atestassem a origem, a autoria, a história, (biográfica, tradicional e positivista, no sentido da história dos vultos notáveis) numa exegese crítica e restrita apenas a especialistas.

³¹ Ressaltamos que sob o título de Literatura Comparada multiplicam-se tendências, que se diferenciam geográfica e historicamente, principalmente, no que diz respeito à adoção de alguns princípios, por exemplo: na França o comparativismo desenvolve-se no final do século XIX. Na “escola francesa” predominaram *as relações ‘causais’ entre obras ou entre autores, mantendo uma estreita vinculação com a historiografia literária* (CARVALHAL, 1998, p. 14) nos Estados Unidos, no início do século XX, concomitante, com o *New Criticism*, a “escola norte-americana”, *distinguiu-se da francesa por seu maior ecletismo, [...] além de privilegiar a análise do texto literário em detrimento das relações entre autores ou obras, os comparativistas norte-americanos aceitam os estudos comparados dentro das fronteiras de uma única literatura, atuação recusada pela doutrina clássica francesa.* (ibidem, p. 15).

³² A título de exemplo dessa busca de fontes e influências, característica desse período, podemos citar as críticas que envolveram a ‘autoria’ de “*Lucíola*” de José de Alencar [1862], acusado de plágio por críticos que lhe eram contemporâneos e que acreditavam ser este romance uma paráfrase do romance “*A Dama das Camélias*” do escritor francês Alexandre Dumas Filho. Mas irônico, o autor antecipou-se aos críticos, fazendo sua personagem, *Lúcia*, ler “*A Dama das Camélias*” e comentá-lo, criticando a levandade da personagem *Margarida*, conforme nos apresenta Douglas Tufano, na introdução da edição de “*Lucíola*” publicada pela Editora Moderna em 1993.

No início do século XX, de modo mais preciso a partir dos anos 30, no contexto europeu, acentuam-se as investigações acerca das estruturas subjacentes. Os estudos lingüísticos destacam-se dentre essas investigações. Com base na noção de que a língua é um arranjo ‘sistemático’ de partes, conforme apontou Ferdinand de Saussure, no CLG, lingüistas e estudiosos da literatura, dentre eles R. Jakobson, S. Karcevsky, N. Trubetzkoy, reúnem-se em 1928, no primeiro Congresso Internacional de Lingüistas em Haia. É nesse momento que se atribui a Saussure a paternidade da Lingüística Moderna e se cria e divulga o termo “estruturalismo” que mais tarde vai dar nome ao movimento que partindo da Lingüística como ciência-piloto, se estende como perspectiva metodológica, nas décadas de 1950 e 1960, principalmente, às outras ciências humanas.

Nos estudos sobre a língua, a preocupação vai se voltar para a análise e descrição das menores unidades distintivas nos níveis fonológico, morfológico e sintático, em sua relação, em seu arranjo sistemático. Nos estudos literários, desenvolve-se a análise textual numa abordagem que privilegia a busca pela estrutura subjacente dos textos, por meio do estabelecimento de relações entre as propriedades comuns do discurso literário, da literariedade, no qual se inscreve o texto e do qual adquire seu *valor*. Apesar da orientação estrutural de busca das propriedades comuns de um texto em relação ao discurso literário como um todo, institui-se, a descrição estrutural de uma obra como o exame das obras em si, ou seja, a análise do texto em sua imanência. Assim, a leitura passou a ser tomada como uma prática na qual o sentido do texto ancorava-se no próprio texto, ou seja, apostava-se numa autonomia que o configurava como principal elemento de sentido. O texto resguardaria, assim, uma estrutura abstrata que, caberia ao leitor especializado confirmar e aplicar a vários textos.

No interior dos estudos literários desenvolveu-se, a partir da noção de estrutura advinda da Lingüística, o *Formalismo Russo*, na Europa, e o *New Criticism*, na América do Norte, como vertentes da crítica literária que se caracterizaram pela premissa de não levarem em

conta as intenções e os sentimentos do autor. Afirmavam que a correta leitura se concretizaria a partir da observação técnica do texto, como unidade autônoma que exigia uma investigação formal, cuja interpretação deveria assentar-se na observação do funcionamento da linguagem.

No final da década de 60 — período em que o Estruturalismo encontra-se em evidência³³ — observa-se o surgimento de diversas teorias sobre o discurso, questionadoras da cientificidade do método, da neutralidade do analista, da objetividade das mais variadas análises que se buscou com o método estrutural. Essas teorias questionaram a perspectiva estruturalista pelas exclusões que esta realizara ao considerar o texto por ele mesmo, tais como da história e do sujeito.

Por volta da década de 1970, a atenção se volta para o leitor. Este é considerado aquele quem *completa os vazios do texto*, conforme preconizou a *Estética da Recepção*, na Europa, e, na década de 1980, o *New Historicism*³⁴ e a *Reader Response Criticism*, norte americanos. Estes movimentos, com suas especificidades teórico conceituais, buscaram resgatar, respectivamente, o sujeito leitor e a história, afastando-se de análises imanentistas e intratextuais então em voga nas análises de textos literários e remanescentes de um certo Estruturalismo e do *New Criticism*.

³³ A data emblemática do auge do Estruturalismo e do início de seu questionamento corresponde à efervescência do movimento de maio de 68, na França, com o questionamento, por parte dos jovens alunos, no interior das universidades, do conteúdo, da metodologia, da organização do ensino superior, dado que *talvez o traço mais marcante dessa década tenha sido a revelação do “poder jovem”, a juventude vindo a constituir uma força política até então desconhecida, de um lado, por rapidamente converter seu inconformismo em revolta, de outro, por atuar independentemente dos partidos existentes ou das ideologias de esquerda e direita herdadas das gerações anteriores.* (ZILBERMAN, 1989, p. 8). Nesse clima, o poder de interpretação baseado no domínio das estruturas textuais, da metalinguagem científica da época, que sustentava o poder institucional de mestres do saber, é colocado em causa em nome do direito de interpretar do leitor.

³⁴ Colocando-se contrário à orientação imanentista de análise dos textos literários, o *New Historicism*, concebido por Stephen Greenblatt, na década de 1980, com base na teoria dos discursos de Michel Foucault, busca *restaurar polemicamente a dimensão histórica dos estudos literários* (TEIXEIRA, 1998, p. 32). Para isso o autor observa que as obras literárias são manifestações discursivas de um discurso mais amplo, do discurso histórico, ou nos termos de Foucault ([1966] 1992), da *episteme* de uma época. Essa perspectiva dos estudos literários propõe a análise das produções de modo arqueológico, na busca de traços específicos que inscrevam essas produções em sua situação histórico-cultural. Situar histórico-culturalmente as produções ajuda a compreender os fatores que garantem, por exemplo, a uma obra o estatuto de obra de arte, em seu tempo, graças à correspondência aos padrões de sua época.

O reconhecimento da participação ativa do leitor no processo de atribuição dos sentidos do texto e da necessária consideração do caráter eminentemente histórico das obras literárias, são a tônica dos estudos caracterizados como pertencentes à *Estética da Recepção*. A historicidade da obra é considerada como uma produção constante, produção esta resultante das diferentes apropriações dos leitores, as quais garantem-lhe, em sua atualização pela leitura, sua condição de obra ‘viva’. O leitor de que se ocupa a *Estética da Recepção*, portanto, não se trata do leitor empírico, individual, mas aquele inscrito nas próprias obras e por elas projetado. A recepção é analisada em sua condição de *horizonte de expectativa* projetado a partir do texto, logo, segundo Zilberman, o leitor exerce a leitura sob uma *liberdade tutelada* (2001, p. 95).

O *Reader-Response Criticism* também concentra sua atenção na história, mas sobretudo nas respostas do leitor, naquilo que, segundo Stanley Fish, *está acontecendo entre as palavras e a mente do leitor* (apud Zilberman, 2001, p. 97), ou seja, o processo baseado nas operações mentais do leitor durante a leitura. Importa, nessa perspectiva teórica as reações do leitor, de cada leitor em relação a seu exercício de recriação do texto por sua leitura, perspectiva esta que se contrapõe diretamente ao Formalismo Russo e ao *New Criticism*.

Segundo Zilberman (1989), o leitor não é aqui um arquiteitor, categoria teórica que inscreve a presença do leitor como basicamente textual. O leitor para o *Reader-Response Criticism* é pensado como aquele que interpreta os textos e não como uma construção do texto ou um produto do texto. Diante das críticas que apontam o relativismo dessa perspectiva teórica e a dificuldade que apresenta *para a apreensão dos fenômenos históricos*, Stanley Fish elabora o conceito de *comunidades interpretativas*. Se o enfoque dos estudos recai sobre o leitor, individualmente, no entanto, ele se encontra inscrito em comunidades. Segundo o autor são as *comunidades interpretativas* e suas convenções de leitura as responsáveis pela estabilidade das interpretações para um dado grupo, numa dada sociedade, num dado momento histórico.

As críticas, que essas perspectivas (Estética da Recepção, *New Historicism* e *Reader Response Criticism*) sofreram, fundamentam-se sobretudo no alijamento do texto como unidade produtora de um sentido, em nome de uma dispersão indefinida de sentidos ao gosto do leitor, numa espécie de subjetivismo anárquico.

Roger Chartier chama a atenção para a pressuposição de base dessas perspectivas, ou seja, para a relação direta entre a expectativa do autor e a recepção do leitor, que ignora as coerções da interpretação advindas da forma sob a qual os textos são dados a ler, ou seja, são materializados e circulam numa dada sociedade. O autor insiste no fato de que os leitores *não se defrontam jamais com textos abstratos, ideais e desprendidos de toda a materialidade* ([1994] 1998, p. 12) e advoga que

contra uma definição puramente semântica do texto – na qual residem não apenas a crítica estruturalista, em todas as suas variantes, mas também as teorias literárias mais cuidadosas em reconstruir a recepção das obras – é preciso levar em conta que as formas produzem sentidos e que um texto, estável por extenso, passa a investir-se de uma significação e de um *status* inéditos, tão logo se modifiquem os dispositivos que convidam à sua interpretação.

(CHARTIER, [1994] 1998, p. 13)

Roger Chartier ([1985] 1996) lembra ainda que, mesmo reencontrando a inspiração da Estética da Recepção em sua própria análise acerca das representações de práticas de leitura inscritas no suporte, há um deslocamento quanto ao modo de conceber o objeto de análise.

Ao centrar sua atenção apenas na relação autor/leitor e nas obras com estatuto literário, essa forma de crítica textual limita duplamente seu enfoque da leitura. De um lado, ignora os efeitos produzidos pelos dispositivos de produção de livros na recepção dos textos, portanto, na construção de sua

significação através do ato da leitura. [...] Por outro lado, e este é um segundo problema, a estética da recepção hesita entre duas perspectivas: seja considerar que os dispositivos textuais impõem necessariamente ao leitor uma posição relativa à obra, uma inscrição do texto em um repertório de referências e de convenções, uma maneira de ler e compreender; seja reconhecer a pluralidade das leituras possíveis do mesmo texto, em função das disposições individuais, culturais e sociais de cada um dos leitores.

(CHARTIER, [1985] 1996, p. 98)

Os estudos acerca da história da leitura, empreendidos no interior da História Cultural e mais especificamente a perspectiva desenvolvida por Roger Chartier apontam, portanto, para a emergência de um outro elemento que participa da configuração dos sentidos produzidos na leitura: o **suporte** de textos. Considerando esse elemento, é possível ver nas atualizações que o texto recebe quanto a sua forma, não a inscrição a-histórica de um leitor, mas a inscrição de representações de práticas de leitura que mudam historicamente, passíveis de evidenciação a partir da análise de dispositivos tipográficos, entre outros, e inscrevendo assim *as mutações de horizonte de expectativa do público e propondo novas significações além daquelas que o autor pretendia impor a seus primeiros leitores* (CHARTIER, [1985] 1996, p. 98).

Compondo os trabalhos que visam a compreender melhor essa participação do suporte como elemento constitutivo do processo de produção dos sentidos na leitura, delineamos, ao longo deste trabalho, algumas possibilidades de análise de textos a partir da consideração desse elemento, o suporte, e de sua participação na semiose do texto.

Iniciar esta tese por uma história, mesmo que muito breve e esquemática, pareceu-nos um procedimento metodológico interessante para compreendermos como se desenharam, historicamente, as perspectivas teóricas sobre a leitura que, descontinuamente, assemelham-se ou diferenciam-se das nossas. Retomando o que enunciara Pierre Bourdieu em um debate com Roger Chartier ([1985] 1996), toda e qualquer análise sobre a leitura não abstende do fato de

que somos leitores e de que nos identificamos a certas representações do que é e do que deve ser a leitura. Essa identificação, inerente às representações acerca do que é ler, determina, sobremaneira, as especulações que realizamos à respeito da leitura. Ao (nos) contarmos essas histórias buscamos traçar, na descontinuidade das práticas envolvidas numa história da leitura, uma perspectiva para que possamos vislumbrar eventuais especificidades das práticas de leitura ordinárias que nos são contemporâneas.

2. NOTAS SOBRE A MATERIALIDADE DISCURSIVA

O enunciado é sempre apresentado através de uma espessura material, mesmo dissimulada, mesmo se, apenas surgida, estiver condenada a se desvanecer.

Michel Foucault

Nossa proposta, neste capítulo, consiste em refletir teoricamente sobre a questão da *materialidade discursiva*, a partir da consideração dos modos de *constituição*, *formulação* e *circulação* dos discursos. Interessa-nos, particularmente, o modo por meio do qual e as formas nas quais o discurso se materializa em sua “*heterogeneidade irreduzível*” (Pêcheux, 1981, p. 15). Para tanto, levantamos algumas das especificidades dessa materialidade, de modo a tentar evidenciar que ela não pode ser reduzida à materialidade lingüístico-histórica, conforme se definiu geralmente em Análise do Discurso. De fato, o discurso, ao estabelecer com a língua uma articulação complexa, pode ser formulado diferentemente, segundo os modos de sua circulação. Assim, há algo material, físico, exterior à língua ou às outras materialidades não-verbais, que orienta os modos de preenchimento do sentido do texto. Referimo-nos aqui à sua *formulação*, sob a forma de um **gênero**, e à sua *circulação*, em um **suporte** específico.

Antes de esboçarmos efetivamente algumas reflexões acerca da *materialidade discursiva*, como a entendemos neste trabalho, gostaríamos de, brevemente, levantar algumas hipóteses acerca do processo histórico-cultural que contribuiu decisivamente para que tivéssemos uma capacidade de percepção abstrata do mundo e para que, por extensão, surgissem práticas interpretativas textuais especializadas que desmaterializam os objetos culturais, em geral, e os textos verbais, em particular.

2.1. O ILEGÍVEL NA LEITURA:

O processo de abstração do texto

O que mais se vê, menos se enxerga.

Régis Debray

As práticas da sociedade contemporânea de apreensão e compreensão da vida fundamentam-se num progressivo refinamento e complexificação da percepção abstrata das coisas do mundo, ou seja, de uma crescente capacidade de abstração do pensamento. O desenvolvimento dessa abstração foi possibilitado e promovido por um amplo processo histórico-cultural, responsável inclusive pelo desenvolvimento cognitivo e psicológico das sociedades. O modo como nos relacionamos com o mundo, mediante nossa capacidade de abstração dos fenômenos de diversas ordens e de compreensão desses fenômenos, à luz de teorias e de formalizações que os descrevem e os explicam, manifesta essa estreita articulação entre o desenvolvimento da capacidade de abstração e o fazer científico. As evoluções científicas e a sua proliferação por campos que lhes transcendem são um bom exemplo desse desenvolvimento de ordem cognitivo-histórico-cultural.

É próprio do fazer científico adotar como princípio a busca de regularidades que possam explicar seus objetos. A busca dessas regularidades, freqüentemente, adota de modo privilegiado uma concepção abstrata do objeto. Este, por sua vez, apresenta em sua existência real, variações, irregularidades, imprevisibilidade, condições essas que são suspensas temporariamente para que se possa fazer uma análise científica, pautada em hipóteses gerais e em princípios abstratos, que explique, de modo mais amplo e representativo possível, fenômenos que concirnam o objeto sob análise.

Várias teorias, dentre as quais as que nos valem neste trabalho, se apóiam nessa concepção abstrata do fazer científico e se constituem a partir dela.

Não poderíamos aqui remontar às razões precisas da progressão de nossa percepção abstrata do mundo, do desenvolvimento de nosso pensamento abstrato, mas gostaríamos de remeter o leitor para algumas hipóteses a respeito desses processos de abstração. Referimo-nos, aqui, às reflexões apresentadas por diversos autores que, cada um à sua maneira, se ocuparam direta – McLuhan ([1964] 2002), Débray ([1991] 1993; 1995), Chartier ([1982-1988] 1990a; 1991; [1985] 1996; [1994] 1998), McKenzie ([1986] 1991), Belting ([2001] 2004), Christin (2001), Klock-Fontanille (2005), etc. – ou indiretamente – Ginzburg ([1986] 1989), Certeau ([1980] 1994), Derrida ([1967] 2002) – dessa questão. Objetivamos apenas traçar algumas relações entre esse processo geral de abstração e a abstração que é característica de algumas concepções de leitura, nas quais a apropriação dos textos é considerada como uma busca da essência textual, ignorando que seu aspecto físico e sua forma material participam, de algum modo, dos processos de significação dos textos.

Levamos, então, junto aos autores mencionados, algumas das razões que supostamente poderiam ter contribuído para a promoção e para o desenvolvimento desse processo de abstração do pensamento que implica, de certa maneira, na nossa percepção relativamente abstrata do texto. Entre essas razões, pensamos na autonomia progressiva das formas de representação em relação aos seus referentes; no afastamento do corpo, tanto do ponto de vista da leitura (que eram oralizadas e passam a ser visuais), quanto da escrita (da manuscrita para a impressa), em relação às práticas textuais; nas escolhas teóricas dos modos de fazer ciência na cultura ocidental; e nas mudanças técnicas de inscrição dos textos em diferentes superfícies materiais, ou seja, em seus diversos suportes, ao longo da história.

Numa história de longa duração, a própria transição de uma escrita relativamente motivada, no início, para uma escrita menos figurada e mais abstrata, como a que conhecemos,

apresenta-se como uma razão para o desenvolvimento desse processo amplo e geral de abstração e de inteligência que incidiria, hoje, sobre nossa relação com os textos. Segundo o historiador da escrita, Charles Higounet ([1955] 2003), as escritas não-alfabéticas (desde os desenhos rupestres, os *petroglifos* até as escritas cuneiforme, hieroglífica etc.) estavam mais próximas da coisa que representavam, ou seja, correspondiam a uma escrita que, conforme o historiador Carlo Ginzburg ([1986] 1989) *designava coisas através de coisas*. Para Ginzburg ([1986] 1989), a passagem da interpretação de indícios naturais, como a pegada de um animal, para a interpretação do pictograma próprio da escrita cuneiforme, representa

um passo incalculável no caminho da abstração intelectual. Mas as capacidades abstrativas, pressupostas na introdução da escrita pictográfica, são por sua vez bem poucas em comparação com as exigidas na passagem para a escrita fonética.

(GINZBURG, [1986] 1989, p. 153).

Assim, se a linguagem é, desde sempre, arbitrária em relação ao que representa, a linguagem transposta para a forma escrita vê-se duplamente distante daquilo que representa. A escrita distancia-se, historicamente, dos objetos representados porque foi perdendo progressivamente seu caráter icônico e tornando-se cada vez mais abstrata e menos figurativa. A escrita transforma-se, enfim, em um conjunto de unidades gráficas arbitrárias e convencionais de consoantes e vogais do alfabeto.

Tendo se debruçado precisa e aprofundadamente sobre essa relação do desenvolvimento da escrita alfabética com o desenvolvimento do pensamento abstrato e científico, o antropólogo inglês, Jack Goody ([1977] 1979), em sua obra *The domestication of the savage mind*, questiona os postulados teóricos que concebem a escrita como representação da fala ou como mera instrumentalização do pensamento. Segundo Goody, a escrita não se reduz à grafia da oralidade, mas contribui com uma rigorosa formalização e organização do discurso em sua manifestação oral. Além disso, a escrita participa decisivamente do próprio

processo de desenvolvimento do pensamento científico abstrato, graças à possibilidade de acúmulo de idéias pelo registro escrito³⁵.

Talvez, menos impactante, mas não necessariamente negligenciável, uma outra razão para de instauração do processo de abstração foi o distanciamento do corpo em relação ao texto. Nesse sentido, o antropólogo alemão, Hans Belting ([2001] 2004, p. 40), afirma que *a língua oral está ligada ao corpo que fala, enquanto a língua escrita dele se separa. O ato físico da fala, do qual participam o ouvido e a voz, é substituído, na escrita, por uma operação linear do olho que é transmitida pelo médium técnico*³⁶.

Essa tese encontra-se também em Certeau ([1980] 1994) que, ao tratar da leitura, afirma que essa operação

[...] se tornou há três séculos uma obra da vista. Ela não é mais acompanhada, como antigamente, pelo ruído de uma articulação vocal nem pelo movimento de uma mastigação muscular. Ler sem pronunciar em voz alta ou a meia-voz é uma experiência “moderna”, desconhecida durante milênios. Antigamente, o leitor interiorizava o texto: fazia da própria voz o corpo do outro, era o seu ator. Hoje o texto não impõe mais o seu ritmo ao assunto, não se manifesta mais pela voz do leitor. Esse recuo do corpo, condição de sua autonomia, é um distanciar-se do texto. É para o leitor o seu *habeas corpus*.

(CERTEAU, [1980] 1994, 271)³⁷

³⁵ A afirmação de Goody ([1977] 1979) problematiza a dicotomia simplista que se poderia fazer entre sociedades com e sem escrita, a partir da qual emergiriam julgamentos rápidos e tendenciosos acerca das capacidades intelectuais de povos sem escrita. O autor questiona essa dicotomia, mas afirma que se trata de algo compreensível, visto que o fazer científico, “a ciência” tenha se desenvolvido graças à escrita. É inegável, por exemplo, o progresso sensível da ciência, a partir do momento em que se difundiu extensivamente o uso da escrita em certas sociedades, constituindo então o que ele nomeou como *razão gráfica*. Sua tese é a de que as mudanças nos meios de comunicação (do oral para o escrito, por exemplo) são significativas para a própria criação do fazer científico e seus avanços.

³⁶ “la langue orale est liée au corps qui parle, tandis que la langue écrite s’en détache. L’acte physique de la parole, auquel participent l’oreille et la voix, est remplacé, dans le cas de l’écrit, par une opération linéaire de l’oeil qui se transmet à un médium technique.” (BELTING, [2001] 2004, p. 40).

³⁷ Roger Chartier ([1994] 1998, p. 23) observa que essa cronologia apresentada por Certeau ([1980] 1994) quanto ao momento histórico em que se passa de uma leitura essencialmente oral para uma leitura silenciosa é discutível. No entanto, a pertinência de sua explicitação da liberdade do leitor adquirida quando da difusão da prática de leitura em silêncio é notável.

Além desse tipo de distanciamento do corpo que apreende a escrita apenas com um olhar, houve uma sucessiva diminuição dos textos manuscritos, desde a invenção da imprensa. No desligamento do *caráter físico da escrita*, quando dos processos de escrita manual na produção das cópias dos textos, padronizam-se os caracteres e rompe-se com uma prática que se caracterizava pela relação pessoal e corporal do copista com o texto copiado que, por mais técnica, ainda individualizava os textos em sua grafia.

Em relação ao maior distanciamento entre o corpo e o texto proporcionado pelo surgimento e pela difusão da escrita impressa, Belting ressalta que atualmente trata-se de

um lugar comum, para todas as teorias dos médiums, afirmar que apelando ao sentido da visão, a escrita impressa favorizou, como médium dominante de nossa cultura e muito antes da era da informática, uma abstração da percepção.³⁸

(BELTING, [2001] 2004, p. 40)

Essa tendência, que se naturalizou em nossa sociedade, de se desvincular os textos de sua materialidade e de promover uma autonomia desses textos em relação às formas de expressão, ou seja, as formas sob as quais eles se manifestam, fundou-se, segundo Ginzburg, na *progressiva desmaterialização do texto, continuamente depurado de todas as referências sensíveis: mesmo que seja necessária uma relação sensível para que o texto sobreviva* ([1986] 1989, p. 157). Esse desligamento, na perspectiva de Ginzburg, foi proporcionado não somente pela transição da produção textual manuscrita para a produção textual impressa, mas, principalmente, por uma opção cultural característica do Ocidente. Diferentemente do Oriente, que manteve, mesmo depois da invenção de Gutemberg e de sua expansão, o vínculo entre alguns tipos de textos e a caligrafia (entre as obras literárias, por exemplo, e a manuscritura), o Ocidente desenvolveu a abstração. Desvinculamos progressivamente, ao longo da história, o

³⁸ “C’est désormais un lieu commun de toutes les théories des médiums de souligner qu’en faisant appel au sens de la vue, l’écriture imprimée a favorisé, en tant que médium dominant de notre culture et bien avant l’ère de l’informatique, une abstraction de la perception” (BELTING, [2001] 2004, p. 40).

texto de sua matéria sensível, da sua escrita e do seu suporte, motivados, segundo o autor, pela ‘abstração’ também progressiva do fazer científico. A partir do paradigma científico instituído por Galileu, no qual se privilegiou os signos, em detrimento das coisas, não é mais possível conhecer o mundo, olhando para ele mesmo, mas é preciso *entender antes a língua, conhecer os caracteres nos quais está escrito*, ou seja, *as figuras, os números e os movimentos, mas não os odores, nem os sabores, nem os sons* (GALILEU *apud* GINZBURG, [1986] 1989, p. 158, grifo nosso).

Várias foram, então, as causas e os incentivos para a constituição do distanciamento do texto de sua materialidade. Além da transição do manuscrito para o impresso, houve, recentemente, a transição do impresso para a tela do computador que, de certo modo, corresponde a um outro tipo de (des)(re)materialização do texto, distanciando-o de suas formas materiais e, por vezes, até mesmo de suas formas textuais clássicas, quando de sua inscrição no formato eletrônico; fato que implica em uma reorganização das práticas textuais de escrita e de leitura que são acionadas, por esse novo meio de produção e circulação de textos³⁹.

Essa percepção abstrata dos textos se sustenta numa suposta autonomia dos conteúdos em relação aos seus modos de expressão e de manifestação. Assim, na leitura, aquilo que mais se vê, a forma material do texto, torna-se freqüentemente aquilo que menos se enxerga, em função do olhar voltado para o conteúdo, para uma espécie de essência insensível do texto.

Ao tratar das articulações entre as análises da pintura e da literatura, a partir do paradigma indiciário que identificaria a originalidade das obras não nos grandes temas, nem nos planos maiores mas, antes, nos mínimos pormenores e nos traços quase invisíveis, Ginzburg ([1986] 1989, p. 160) comenta o diferente estatuto das cópias para a pintura e para a literatura. Essa diferença é responsável, por exemplo, por um processo de abstração na literatura que não se verifica na pintura, ou seja, *aos nossos olhos, as cópias manuscritas ou as edições do Orlando Furioso podem reproduzir exatamente o texto desejado por Ariosto; as*

³⁹ Cf. Chartier ([1997] 1999a); Vandendorpe (1999).

cópias de um retrato de Rafael, nunca. Há, portanto, em relação aos textos literários, em particular, e aos textos predominantemente verbais, em geral, um regime de leitura diferente daquele da pintura, no que toca à consideração de sua materialidade como um dos elementos que participariam eventualmente da atribuição de originalidade da obra. Se na pintura, as cópias são sempre designadas e reconhecidas como uma reprodução, de modo que o valor simbólico seja muito diferente do original, na literatura, isso não se passa da mesma maneira: será ‘original’ a obra que reproduzir fielmente as formas lingüísticas abstratas escolhidas pelo autor na composição de seus originais.

Em seu livro mais recente, Chartier (2007) destaca a importância dos trabalhos do bibliógrafo Donald McKenzie ([1986] 1991) e do especialista em cultura escrita Armando Petrucci (1988) para os estudos acerca dos sentidos produzidos pelas diversas formas de escrita e de circulação dos textos. Chartier argumenta que esses trabalhos provocaram um deslocamento da clássica divisão entre a compreensão dos textos, de um lado, e a análise de suas condições técnicas e/ou sociais de publicação, de circulação e de apropriação, de outro. Segundo o historiador francês, essa dissociação, que consiste em uma fronteira irracional existente nos estudos do texto, apresenta historicamente várias razões, dentre as quais,

a permanência de uma oposição entre a pureza ideal do conceito e sua inevitável corrupção pela matéria, a definição do direito autoral, que estabeleceu a propriedade do autor sobre um texto considerado sempre idêntico a si mesmo, não importando qual seja a forma de sua publicação ou, ainda, o triunfo de uma estética que julga as obras independentemente da materialidade de seu suporte.

(CHARTIER, 2007, p. 11)

Roger Chartier ressalta que são várias as teorias que contribuíram para esse processo de abstração textual, no Ocidente; essas teorias, nas quais se postula a *existência de uma obra idêntica a ela mesma, independentemente de sua forma*, consistem em exemplos de neo-

platonismo, de estética kantiana e de definição da propriedade literária (CHARTIER, 2007, p. 11). Em outros textos, o autor também sublinha a suposição implícita de uma universalidade da leitura característica de algumas perspectivas teóricas, como a Fenomenologia e a Hermenêutica, para as quais a apreensão do texto é um exercício de intelecção relacionado estritamente a seu conteúdo e *cujas modalidades concretas não importam* (CHARTIER, [1997] 1999b, p. 123). A crítica também pode ser estendida à Estética da Recepção que, *malgrado seu desejo de ‘historicizar’ a experiência que os leitores absorvem das obras, [...] conduz a pensar essa relação entre obras e leitores como uma relação pura e imediata entre os ‘sinais’ emitidos pelo texto [...] e o ‘horizonte de expectativa’ do público ao qual é dirigido.* (CHARTIER, [1994] 1998, p. 17, 18; [1998] 2002a, p. 71). É como se na maioria dos trabalhos interpretativos orientados pelas tendências fenomenológicas, hermenêuticas e da Estética da Recepção, a interpretação não dependesse das formas materiais que suportam o texto.

Algumas teorias da interpretação e da leitura, voltadas, por vezes, quase exclusivamente, para a observação do funcionamento do texto em sua estrutura interna, baseadas numa perspectiva imanentista, também sustentaram essa abordagem abstrata do texto, depurado de sua forma material e de sua circulação específica, conforme apresentamos brevemente no item 1.2 do primeiro capítulo.

Essas perspectivas, por um lado, tomam a leitura como uma *técnica incorpórea*, para retomarmos a expressão de Barthes e Compagnon ([1979] 1984) e, por outro, consideram o próprio texto como incorpóreo. Assim, a leitura é considerada uma técnica mental, ‘abstrata’, ignorando-se que, durante séculos, ela foi uma atividade *na qual o corpo estava empenhado: por um lado a leitura – ainda que solitária – fazia-se em voz alta ou, pelo menos articulando o que os olhos captavam: lia-se com os lábios [...], por outro lado, a leitura era teatral: ler era*

*dizer o texto com todos os gestos do actor [...] (p. 185)*⁴⁰. Em suma, o texto é desmaterializado, é essencializado, como se existisse sem uma substancialização gráfica, num suporte específico que lhe garantisse sua circulação e a possibilidade de sua apreensão pelos leitores.

Essas são algumas das razões que promoveram o processo de construção de nossa percepção abstrata dos textos, desvinculados de sua forma material, de sua forma física, considerados em sua essência. Refletir sobre elas seja, talvez, um passo importante para que possamos compreender melhor e mais profundamente a produção, a circulação e a recepção dos textos e os efeitos que deles derivam.

O suporte, mas também o gênero discursivo seriam então, para reempregar as palavras de Régis Debray ([1991] 1993), elementos de um texto que, sendo os mais visíveis, são, com efeito, os que, no entanto, menos se enxerga. Essa visibilidade paradoxal corresponde à necessária assunção da mensagem em detrimento da abstração do meio, da mídia, do canal, enfim, da superfície de inscrição. Seguindo a perspectiva, segundo a qual essas formas materiais, ao servirem como superfície de inscrição e superfície de decifração dessa inscrição, participam relativamente da construção do texto e, por extensão, de sua significação, empreendemos a seguir algumas breves considerações sobre a **materialidade discursiva**, com vistas a tentar estabelecer algumas possibilidades que sejam produtivas no momento em que formos realizar as análises.

⁴⁰ Os autores mencionam até o fato de que não se lê apenas com um órgão do corpo que seria a cabeça, segundo eles lê-se com os olhos, com a cabeça, mas também com o que se têm no ventre. Todo o corpo participa da leitura. (BARTHES & COMPAGNON, [1979] 1984, p. 191).

2.2. QUESTÕES EM TORNO DA MATERIALIDADE DISCURSIVA

Contribuições da História Cultural aos Estudos do Discurso

Tanto a imposição como a apropriação do sentido de um texto dependem de formas materiais cujas modalidades e ordenações, consideradas por muito tempo como insignificantes, delimitam as compreensões desejadas ou possíveis.

Roger Chartier

Sabemos que as “disciplinas”, os domínios de saber, caracterizam os objetos dos quais se apropriam e instauram seu próprio estatuto de objeto científico. Entre as teorias lingüísticas não é diferente.

As diversas abordagens lingüísticas fazem com que a língua – aquilo que aparentemente é o mesmo objeto para todas as teorias lingüísticas – seja apreendida e delimitada de diversas formas: ora abstratamente, considerada como sistema de signos, regido por regras formais específicas (Lingüísticas da “língua”, *stricto sensu*); ora concretamente, seja como manifestações distintas – considerados seus usos e atualizações – (Lingüística Funcionalista / Sociolingüística Variacional), seja como dizer ou escrever publicamente, exigindo normas de bem falar e redigir (Gramática Normativa / Retórica), seja ainda como manifestação simbólica complexa, envolvendo o falante, sua inscrição social e a história (Lingüísticas do texto, da fala, do discurso).

Apropriando-se de um dos atos fundadores da Semiologia, sob a forma de seu anúncio/negação, no Curso de Lingüística Geral (CLG), os estudos pós-saussureanos da linguagem dividiram-se entre aqueles que se ocuparam estritamente da língua e aqueles que, mesmo empregando o modelo de análise da língua, tomaram por objeto outras formas simbólicas. No domínio da Lingüística, Saussure concebe o signo como uma entidade abstrata.

Significado e Significante não têm uma existência propriamente material e física⁴¹. Ao optar metodologicamente por não se ocupar da *parole*, Saussure, do CLG, decide colocar de lado as suas duas modalidades de manifestação, a oralidade e a escrita, em benefício da língua em sua abstração necessária para a cientificidade desejada.

Louis Hjelmslev, por sua vez, desenvolve a dicotomia saussureana, concebendo-a em dois planos: Plano do Conteúdo (invariante) e Plano da Expressão (que pode variar). Além da distinção desses planos, ele formula um segundo nível de divisão, a partir do qual em cada um deles, o plano do conteúdo e o da expressão, há uma subdivisão quanto à forma e quanto à substância, desdobrando-se em Forma do Conteúdo e Forma da Expressão (correspondentes aos dois componentes do signo, em Saussure), e em Substância do Conteúdo e Substância da Expressão (correspondentes, consecutivamente, ao pensamento e à matéria sensível - existência sonora e/ou existência visual/gráfica). Assim, a noção de forma, cara à Saussure (*A língua é uma forma*), abre uma via para os estudos da Lingüística, para a Fonologia, a Morfologia, a Sintaxe e, até mesmo, para uma certa Semântica. Quanto à noção de substância, esta caracterizaria os estudos de ordem não-lingüística, da qual se valeriam as ciências da Fonética, da Grafemática⁴². Esse desdobramento, elaborado por Hjelmslev, faz avançar os estudos lingüísticos num sentido que até então não fora considerado pertinente, qual seja, o da materialidade da língua⁴³.

⁴¹ A noção de significante definida por Saussure não diz respeito a qualquer materialidade tangível do signo. O significante e o significado não apresentam anterioridade, de um em relação ao outro, porque a impressão acústica e o sentido são indissociáveis. Lingüísticas pós-saussureanas estendem a noção de significante à existência material sonora ou escrita do signo. Essa extensão, ou seja, a contemplação da existência material do significante, talvez já pudesse ser entrevista no trabalho do Saussure dos Anagramas,.

⁴² A grafemática caracteriza-se como o estudo da menor unidade distintiva e significativa da escrita. No sistema de escrita alfabética, sua unidade, o grafema, corresponde à letra. Trata-se de uma técnica intermediária de escrita, entre a escrita fonética e a escrita ortográfica.

⁴³ Referimo-nos aqui, por exemplo, aos desdobramentos dos estudos semióticos relativos aos ‘conjuntos significantes’ que, segundo Fontanille (2005), se, num primeiro momento, voltaram-se quase que exclusivamente para a focalização das estruturas do conteúdo, num segundo momento, voltam-se para a recuperação dos elementos da expressão, como, por exemplo, para a da dimensão plástica desse plano, abrindo a possibilidade de ampliação da análise às superfícies de inscrição dos textos. Isso se deveu, segundo o autor, à necessária atenção à dimensão sensível e multimodal de todo objeto semiótico e à consideração das propriedades semânticas associadas aos efeitos enunciativos próprios a toda escrita.

A noção de substância da expressão atravessa nossa reflexão a respeito dos modos de materialização, ou seja, a respeito da **formulação** e da **circulação** dos textos em uma escrita, em um gênero e em um suporte, que compõem, por sua vez, a **materialidade discursiva**.

Contemplando, pois, o imbricamento entre a **constituição**, a **formulação** e a **circulação** dos discursos, a noção de *materialidade discursiva* não se restringe à língua, apesar de se realizar frequentemente por meio dela, segundo afirma Courtine ([1992] 1999a). No momento dessa afirmação, Courtine fazia referência à concepção de *materialidade discursiva* comum aos analistas de discurso. Tratava-se, pois, da articulação da língua com a história para a conformação do discurso. Era a respeito desse caráter lingüístico-histórico que ele afirmara que, dada essa articulação, se exigia do analista ser lingüista e deixar de sê-lo, ao mesmo tempo (COURTINE, [1992] 1999a, p. 16, 18). É a partir dessa constitutividade, entre a linguagem e a história, que concebemos a noção de *materialidade discursiva*, neste trabalho.

A história da noção de *materialidade discursiva* na Análise do Discurso pode ser *grosso modo* resumida em três momentos: um primeiro, caracterizado por sua ausência como noção independente, mas figurando parcialmente no conceito de ‘discurso’ definido como **materialidade lingüístico-histórica**; um segundo momento, da *passagem do singular ao plural*, do **discurso** para as **materialidades discursivas** (MALDIDIER, [1990] 2003, p. 71, grifo nosso); um terceiro momento, que nos é mais próximo historicamente, diante das mudanças consideráveis nos modos de circulação dos textos, momento em que essa noção aparece com mais frequência nos trabalhos em AD. Cremos que, embora a noção frequente os trabalhos mais recentes da Análise do Discurso, no Brasil, ela ainda careça de uma definição mais sistemática.

No primeiro momento, como mencionado, não se emprega a designação *materialidade discursiva*. O que se tem é o ‘discurso’, no singular, porque as análises incidiam predominantemente sobre *corporas* constituídos por discursos políticos de esquerda, em sua

modalidade escrita. O discurso era, então, definido a partir da articulação entre a lingüística, o materialismo histórico e a psicanálise.

A noção de *materialidade discursiva*, ou melhor, de *materialidades discursivas*, emerge em 1981, na designação do Colóquio *Materialités discursives*, evento que, segundo Mالدیدیر, ([1990] 2003, p. 71) *marca um novo ponto de partida* para a AD, quando os analistas do discurso reconhecem a necessidade de explorar novos objetos, outras modalidades de linguagem, abrindo espaço para outras disciplinas que se interessam por essas discursividades. Esse é o período da passagem da Análise do Discurso para a Análise de Discurso. Esse é o momento em que a AD se volta definitivamente para a heterogeneidade discursiva.

Michel Pêcheux (1981), na abertura do colóquio *Matérialités Discursives*, lembra não somente aos lingüistas, mas também aos historiadores e aos analistas o triplo real (da língua, da história e do inconsciente) da materialidade do discurso. Trata-se, segundo ele, de considerar a questão das *materialidades discursivas no plural*. O autor manifesta ainda, de modo breve e intuitivo, sua preocupação com o modo como os discursos circulam, afirmando que essas circulações discursivas nunca são aleatórias. Mas sua preocupação não recai precisamente sobre o “material” no sentido daquilo que é tangível, daquilo que dá existência ao texto, mas, principalmente, sobre o caráter “materialista” desse triplo real que constitui o discurso e os efeitos de sentido produzidos na irrupção de um enunciado, de seu retorno, de sua apropriação e circulação em domínios outros diferentes daqueles em que circulava normalmente. A esses fenômenos discursivos, materializados pela língua e pela história, não se pode ser indiferente, conforme demonstrou em sua análise do enunciado *On a gagné*. Atento para o caráter material do discurso, em seu aspecto lingüístico e histórico, Pêcheux ([1983] 1997a) sublinha, em seu texto *Discurso: Estrutura ou Acontecimento*, a relevância da circulação dos enunciados. Esse texto de Pêcheux nos conduz ainda a considerar o acontecimento mediatizado desse enunciado que, tendo vindo originalmente do universo esportivo, se incorpora no universo político. Esse

deslizamento, essa incorporação foi possível graças ao espaço de transmissão e de circulação desse enunciado: a mídia televisiva, que homogeneiza os discursos, que apara as arestas de suas diferenças, que participa, portanto, de sua produção. O autor, a esse respeito, afirma que

A materialidade discursiva desse enunciado coletivo é absolutamente particular: ela não tem nem o conteúdo nem a forma nem a estrutura enunciativa de uma palavra de ordem de uma manifestação ou de um comício político. “On a gagné”, cantado com um ritmo e uma melodia determinados (on-a-gag-né/dó-dó-sol-dó) constitui a retomada direta, no espaço do acontecimento político, do grito coletivo dos torcedores de uma partida esportiva cuja equipe acaba de ganhar. [...] O fato de que o esporte tenha aparecido assim pela primeira vez em maio de 1981, com esta limpidez, como a metáfora popular adequada ao campo político francês, convida a aprofundar a crítica das relações entre o funcionamento da mídia e aquele da “classe política”, sobretudo depois dos anos 70.

(PÊCHEUX, [1983] 1997a, p. 21)

Em ambos os momentos, a noção de *materialidade discursiva* talvez sugerisse algumas considerações sobre a circulação, mas mantinha-se sobretudo ainda bastante atrelada à materialidade lingüístico-histórica do discurso. A orientação da análise do discurso pêcheuxtiana, desde os primeiros tempos de sua formulação, esteve fundamentada na Lingüística, voltada para a análise da língua como *materialidade específica de natureza formal* (PÊCHEUX, [1981] 1997b, p. 62), como *sistema sintático intrinsecamente passível de jogo* relacionado à *discursividade como inscrição de efeitos lingüísticos materiais na história* (*ibidem* p. 63)⁴⁴.

⁴⁴ Orientação esta que também se inscreve em trabalhos de Análise do Discurso no Brasil, conforme se pode atestar com as afirmações de Orlandi, em trabalhos recentes, tais como: a) *nosso objetivo é re-definir a noção de texto a partir da materialidade do discurso, isto é, a materialidade lingüístico-histórica* (ORLANDI, 2001b, p. 74, grifo nosso); ou ainda, b) *Partindo da idéia de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua, [a AD] trabalha a relação língua-discurso-ideologia* (ORLANDI, [1999] 2000a, p. 17). Porém, nos trabalhos da autora, conjuga-se às afirmações teóricas como estas, a proposição relativamente intuitiva de análise de outras materialidades não restritas ao lingüístico, como as formas não-verbais: o silêncio, a cidade, o corpo (cf. ORLANDI, 1992; 1995; [1999] 2000a; 2001b; 2004; 2006).

Mesmo em obras sobre a Análise do Discurso lançadas recentemente, na França, a noção de *materialidade discursiva* encontra-se ainda encerrada nas formulações dos primeiros momentos da teoria. Referimo-nos aqui, mais especificamente, ao Dicionário de Análise do Discurso, organizado por Charaudeau e Maingueneau ([2003] 2004), que traz no verbete *materialidade discursiva* uma definição que ignora a historicidade desse conceito, tomando-o como se ele já existisse desde 1969 e como se não tivesse, desde então, sofrido modificações significativas:

Com essa expressão, Pêcheux (1969) designava a língua como ‘lugar material em que se realizam os efeitos de sentido’. Além da afirmação de um princípio muito geral (interpretar o sentido dos enunciados a partir de formas da língua), o problema que se coloca é o da *fronteira entre lingüística e discurso*. [...] Pêcheux aplicou seu modelo na interpretação de construções sintáticas (ver os equívocos lógico-gramaticais sobre a interpretação das relativas determinativas e das relativas explicativas em Pêcheux, 1975). Em seguida, houve trabalhos sobre o léxico em uma perspectiva próxima realizados por Collinot e Mazière (1997) ou por Mazière e Gallo (1998). A partir dos anos 80, os analistas abordam também dimensões textuais, como recorte em seqüências ou a construção dos objetos de discurso (Courtine, 1981; Courtine e Marandin, 1981).

(CHARAUDEAU & MAINGUENEAU, [1993] 2004, p. 321, grifo do autor)

Essa definição, que esboça a preocupação com os limites entre a lingüística e o discurso restringe-se à materialidade lingüística⁴⁵ e, portanto, ignora inclusive a análise feita por Pêcheux em *Estrutura e Acontecimento*, em 1983, da *materialidade discursiva* ‘particular’ que o enunciado *On a gagné* apresenta e da sugestão feita pelo autor, no sentido de que é preciso *aprofundar a crítica das relações entre o funcionamento da mídia e aquele da ‘classe política’ sobretudo depois dos anos 70*. Segundo o autor, observa-se um processo de homogeneização

⁴⁵ Aliás, essa é a crítica feita e reiterada por Courtine (1989; [1992] 2006a, p. 46 etc.) acerca da tendência da Análise do discurso na França a se voltar para a descrição empírica ou para a construção de procedimentos formais, em detrimento da dimensão história e crítica, ou seja, segundo o autor, o aspecto lingüístico vem recobrindo quase totalmente as considerações históricas. Trata-se do que ele designou como um processo de *gramaticalização* da Análise do discurso (cf. COURTINE [1991].(1999b).

de enunciados que, advindos do campo político, domínio de discursos logicamente não-estabilizados, têm sua equivocidade sobredeterminada pela apropriação de efeitos de sentido próprios ao universo logicamente estabilizado do campo esportivo (PÊCHEUX, [1983] 1997a, p. 21). Se para o esporte, o enunciado “Ganhamos” não é um enunciado ambíguo, opaco, seu deslizamento para a política, mediado, ou melhor, mediatizado, visa a produzir efeito semelhante, apaziguando as derivas e os desvios, indiferenciando os limites entre a política e os esportes, a partir de sua circulação comum.

Esse prenúncio, esboçado nos últimos escritos de Pêcheux, está no limite do segundo para o terceiro momento.

As modificações do objeto de análise já haviam imposto transformações teóricas e metodológicas: já era o tempo da “heterogeneidade”, da busca por novas vias, distanciando-se de uma vulgata do marxismo althusseriano, de novas “materialidades discursivas”, da emergência das noções de *memória discursiva*, de *acontecimento discursivo*, etc. Mas, apesar das sugestões de Pêcheux, ainda não era chegado o tempo de considerar, de fato, o discurso político no tempo das mídias.

(PIOVEZANI FILHO, 2006, p. 247, grifo do autor)

É nesse terceiro momento que vemos difundida extensivamente a noção de *materialidade discursiva*. Se fora concebida e empregada para a designação de uma materialidade que compreende o ‘real da língua’, o ‘real da história’ e o ‘real do inconsciente’, ela é agora estendida a outras materialidades.

Estimulados pela reflexão desenvolvida pela pesquisadora Maria do Rosário Gregolin (2003b; 2004; 2006), em trabalhos nos quais a autora promove o diálogo teórico entre as proposições e os conceitos de Michel Pêcheux e Michel Foucault, remontando (a)os fundamentos da Análise do Discurso, observamos as considerações sobre a materialidade do enunciado, engendradas por Foucault ([1969] 2000), na *Arqueologia do Saber*, com vistas a

melhor compreender a noção de *materialidade discursiva*, no seio da AD. Para Foucault a *materialidade enunciativa* não se limita apenas à língua, antes, se estende à várias manifestações de linguagem:

um gráfico, uma curva de crescimento, uma pirâmide de idades, um esboço de repartição, formam enunciados; quanto às frases de que podem estar acompanhados, elas são sua interpretação ou comentário; não são o equivalente deles: a prova é que, em muitos casos, apenas um número infinito de frases poderia equivaler a todos os elementos que estão explicitamente formulados nessa espécie de enunciados.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 93)

O autor esboça, então, uma concepção discursiva que amplia o escopo da materialidade enunciativa, estabelecendo a possibilidade de se tomar, na análise discursiva, outras materialidades. Nessa obra, cujo objetivo é o de sistematizar e explicitar uma certa metodologia por meio da qual seria possível apreender as relações entre os enunciados que formam os discursos de saber, quando se trata de considerar as formas lingüísticas, Foucault assinala que

para que uma seqüência de elementos **lingüísticos** possa ser considerada e analisada como um enunciado é preciso que ela preencha uma quarta condição: deve ter existência material.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 115, grifo nosso)

Essa existência material refere-se tanto ao aspecto físico do enunciado quanto ao seu aspecto institucional. Em relação ao primeiro aspecto, a questão colocada por Foucault apresenta o paradoxo de uma evidência freqüentemente ignorada:

Poderíamos falar de enunciado se uma voz não o tivesse enunciado, se uma superfície não registrasse seus signos, se ele não tivesse tomado corpo em um

elemento sensível e se não tivesse deixado marca – apenas alguns instantes – em uma memória ou em um espaço?

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 115)

Foucault avança em suas questões, referindo-se, por exemplo, à repetição idêntica de uma frase que, segundo ele, *não constitui o mesmo enunciado se for articulada por alguém durante uma conversa, ou impressa em um romance; se foi escrita um dia, há séculos, e se reaparece agora em uma formulação oral*. (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 115). O autor nos apresenta, em sua formulação, várias formas de materialização dos enunciados: formas de substancialização do texto (oral, escrito) e de sua formulação em gêneros discursivos (conversa, romance). Mais adiante, Foucault afirma que a materialidade desempenha um papel muito importante: *ela é constitutiva do próprio enunciado: o enunciado precisa ter **uma substância, um suporte, um lugar e uma data**. Quando esses requisitos se modificam, ele próprio muda de identidade*. (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 116, grifo nosso). Vemos, aqui, o suporte ser contemplado como materialidade do enunciado.

Em seguida, Foucault precisa que a existência material do enunciado não é *nem inteiramente lingüístico, nem exclusivamente material* (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 98). A materialidade relaciona-se com um regime que garante ao enunciado ser, ao mesmo tempo, singular e repetível: singular, porque em cada enunciação, no espaço e no tempo, trata-se inegavelmente de uma manifestação substancial particular; no entanto, apesar de sua singularidade, sua repetibilidade é possível graças ao regime institucional de enunciação ou, em outros termos de Foucault, *o enunciado não se identifica com um fragmento de matéria; mas sua identidade varia de acordo com um regime complexo de instituições materiais* ([1969] 2000, p. 118). A dimensão institucional dos enunciados relaciona-se ao fato de que os discursos se constituem a partir de sua inscrição: são as instituições que fazem falar ou silenciar, validam ou invalidam o que é dito, fazem com que o que é dito por um sujeito seja recebido de um modo e não de outro, em função das posições sociais ocupadas por esse sujeito;

as instituições possibilitam que diferentes sujeitos, ocupando a mesma posição sujeito possam ‘repetir’ um mesmo enunciado, embora fisicamente ele não seja, de fato, o mesmo. Sua repetição singular está ligada ao regime institucional de sua produção.

Há, segundo essa perspectiva, uma compreensão mais ampla da noção de materialidade. Quando o autor chama a atenção para o aspecto institucional da materialidade, mostra-nos, por um exemplo que nos interessa particularmente, o funcionamento institucional do processo de abstração do texto de sua materialidade física, ou melhor, da sobreposição da materialidade institucional em relação à materialidade física. Segue seu exemplo:

em todas as edições das *Fleurs du Mal* [...] encontraremos o mesmo jogo de enunciados; entretanto, nem os caracteres, nem a tinta, nem o papel, nem, em qualquer que seja o caso, a localização do texto e a posição dos signos são os mesmos: toda a materialidade mudou. Mas aqui “pequenas” diferenças não são eficazes para alterar a identidade do enunciado e para fazer surgir um outro: elas estão todas neutralizadas no elemento geral [...] do “livro”.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 117, 118)

Em seu exemplo, o autor nos mostra que um “livro”, mais que uma forma material, é uma forma institucional. É exatamente por causa desse funcionamento institucional – que dispõe lugares, organiza funções-sujeito e estabelece modos de apropriação legítimos – que se pode abstrair o texto de sua forma física em nome de seu conteúdo. Foucault salienta, então, ao constatar essa característica da *função enunciativa*, o funcionamento discursivo específico da materialidade do enunciado, afirmando o predomínio simbólico, em nossa sociedade, do caráter institucional sobre o caráter físico, ou seja, *o regime de materialidade a que obedecem necessariamente os enunciados é, pois, mais da ordem da instituição do que da localização espaço-temporal* (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 118).

Num levantamento meramente panorâmico e não exaustivo de autores que trataram e/ou aludiram a questão da *circulação* dos textos e de sua forma material como condição de

existência e de visibilidade desses textos, podemos citar desde a abordagem do “**canal**”, segundo Jakobson ([1960] 2003), passando pela teoria McLuhaniana ([1964] 2002) do “**meio**”, pelas diferentes abordagens do “**médium**”, segundo o midiólogo Régis Debray ([1991] 1993), o filósofo Michel Serres ([1993] 1995) e o antropólogo Hans Belting ([2001] 2004), até a “**forma material**”, segundo Donald F. McKenzie ([1986] 1991), e o “**suporte**”, segundo Roger Chartier ([1994] 1998). Vemos com esse breve levantamento que as Ciências Sociais, em geral, mas, sobretudo, as que se detêm sobre o aspecto simbólico da circulação dos discursos, já abordaram essa questão de diversos pontos de vista. Essa questão, sem dúvida, ganhou maior repercussão depois da sensível expansão dos meios de comunicação de massa e de seu desenvolvimento tecnológico, momento em que surge, então, a necessidade de se levar em consideração as mudanças significativas que esses novos modos de circulação da linguagem aportam⁴⁶. A partir desses estudos, vimos surgirem alguns embates – tais como aqueles que envolveram alguns teóricos críticos à vulgata da Teoria da Comunicação, elaborada por Jakobson; a crítica de Umberto Eco à abordagem mcluhaniana do meio (conforme apresentada em seu texto “Cogito Interruptus” de 1967); ou ainda o debate entre Roger Chartier e Régis Debray sobre a Midiologia, estabelecido nos textos “*Médiologie, sociologie des textes et histoire du livre*” de Roger Chartier (1995), e “*Dématérialisation et désacralisation: le livre comme objet symbolique*”, de Régis Debray (1995) – que, de certo modo, buscaram compreender as formas de **circulação** e sua imbricação na ordem simbólica e histórica.

Considerando que cada uma dessas abordagens traz contribuições específicas, decidimos, conforme já mencionamos, seguir a perspectiva histórica concebida por Chartier, no interior da História Cultural, com vistas tanto a desenvolvermos nossa argumentação acerca da importância dessa reflexão para os estudos discursivos, quanto a avançarmos em nossas

⁴⁶ A própria criação de domínios de estudo específicos, tais como as Ciências da Informação e da Comunicação (TIC's – Teorias/Tecnologias da Informação e da Comunicação), são um signo da importância adquirida pelas novas mídias em nossa sociedade.

reflexões que subsidiarão as análises a serem empreendidas. Nossa escolha se fundamenta em duas razões: a primeira, diz respeito à teoria e, a segunda, refere-se ao objeto.

Diferentemente de teóricos como McLuhan, Debray, Serres, que têm em comum uma perspectiva mais ampla, mas também mais assistemática, abrangendo a abordagem de todas ou, pelo menos, de várias técnicas de transmissão e de circulação do pensamento, a perspectiva adotada por Chartier apresenta-se como sendo sistemática e produtiva, voltada para a compreensão histórica da questão da circulação dos objetos culturais numa dada sociedade, que se ocupa da constituição de uma história de práticas do passado sem registro direto. Trata-se, em suma, de uma nova reflexão, cujas perspectivas teórico-metodológicas são bastante significativas e produtivas no domínio da História. A segunda razão consiste no fato de que nosso interesse está voltado para a leitura, para sua reflexão e sua abordagem histórica do livro e das práticas de leitura que desempenham um papel considerável para os historiadores e para os pesquisadores da leitura, em geral.

Assim, tanto pela reflexão promovida por Chartier acerca dos métodos historiográficos quanto pelas mudanças na abordagem histórica da leitura, cremos que seus postulados e seus métodos sejam profícuos para a análise discursiva que propomos neste trabalho.

J-J. Courtine ([1992] 2006a), nos apresenta uma terceira razão. Ao fazer um balanço histórico da Análise do Discurso, em seu texto *Uma genealogia da Análise do Discurso*⁴⁷, observa que a AD, conforme praticada na França nos anos 80, gramaticalizou-se: nas análises, em detrimento das filiações históricas, privilegiou-se, cada vez mais, o âmbito lingüístico. O autor chama a atenção para os fatores que levaram a essa transformação, dentre os quais aponta *as transformações sociais, as agitações políticas, as mutações tecnológicas, os desmoronamentos ideológicos que conhecemos num passado recente*, os quais conturbaram os regimes de discursividade das sociedades ocidentais contemporâneas (COURTINE, [1992]

⁴⁷ Uma versão preliminar deste texto foi traduzida e publicada sob o título "O discurso inatingível: marxismo e lingüística (1965-1985)" por Heloísa Monteiro Rosário, na Revista *Cadernos de Tradução*, Instituto de Letras da UFRGS, Nº 6, Junho de 1999.

2006a, p. 38). Do mesmo modo que esses fatores históricos provocaram as mudanças na teoria da AD (mudanças transcorridas seja pelo caráter militante dos analistas cuja pretensão era 'ensinar a ler', nos textos, a luta de classes; seja pela necessidade de objetividade científica, auxiliada pelo desenvolvimento tecnológico de 'máquinas de ler'), criaram também as condições para essa espécie de refluxo dos estudos do discurso na sua volta a uma quase exclusividade atribuída ao lingüístico. Criticando esse refluxo, o autor afirma que *não se pode conceber perspectiva geral sobre a discursividade somente a partir da textualidade, no apagamento de toda dimensão histórica* (COURTINE, [1991] 1999b, p.17), ou seja, *analisar discursos não pode mais se limitar a caracterizar um texto em diferentes níveis de funcionamento lingüístico* (COURTINE, [1992] 2006a, p. 57). Para analisar discursos é preciso

pensar e descrever a maneira como se entrecruzam historicamente regimes de práticas e séries de enunciados [de modo a] rearticular as perspectivas lingüística e histórica em uma direção, outrora indicada por Michel Foucault que poderia ser aproximada daquela que Roger Chartier precisa em seus termos: “Os discursos [...] constituem não o único, mas o mais maciço dos materiais da história. Nenhum deles pode ser manejado sem ser submetido ao duplo questionário, crítico e genealógico, proposto por Foucault, visando marcar suas condições de possibilidade e de produção, seus princípios de regularidade, suas imposições e suas apropriações [...]”.

(COURTINE, [1992] 2006a, p. 57).

J-J Courtine indica-nos, portanto, duas referências para os estudos em Análise do Discurso ao citar a perspectiva adotada por Roger Chartier, que por sua vez apóia seu projeto historiográfico em postulados foucaultianos, reconhecendo a importância do trabalho deste autor para a História.

Tendo em vista essas três razões, apresentaremos agora as principais considerações feitas por Roger Chartier em sua teoria e seus trabalhos mais recentes, as quais concernem ao nosso interesse pela noção de *materialidade discursiva*.

No prefácio da tradução francesa do livro do bibliógrafo Donald F. McKenzie ([1986] 1991), intitulado *Bibliography and the Sociology of Texts*, Chartier (1991) aponta para os avanços empreendidos por este autor, tais como a abordagem da *função expressiva* da forma material⁴⁸ dos textos. Dos vários campos de saber que se detiveram na abordagem das formas materiais dos textos, a Bibliografia de tradição anglo-saxônica desempenhou um papel importante na construção de uma história das edições que, conforme resume Chartier (1991), dividia-se em duas frentes: a primeira, que se ocupava da reconstrução do processo de impressão das obras; e a segunda, que realizava a análise das características físicas de exemplares conservados de um mesmo texto. Essa análise tinha como objetivo, no domínio da Crítica Textual, identificar as modificações nas formas materiais de um mesmo texto, numa espécie de crítica genética de suas formas, a partir da *confrontação entre suas versões e variantes e, finalmente, do estabelecimento de uma edição que fosse a mais exata possível*⁴⁹ (CHARTIER, 1991, p. 7). Ao reconhecer nos objetos de estudo, ou seja, nos textos em suas diversas versões editoriais, a riqueza dessa fonte para a compreensão e a descrição de uma história das condições materiais que também norteiam a produção e a recepção dos textos, McKenzie ([1986] 1991), estabelece uma nova frente para os estudos da bibliografia material.

Em sua obra *A ordem dos livros*, apoiando-se nas pesquisas realizadas por esse bibliógrafo, Chartier ([1994] 1998) confere ao livro, em sua forma de suporte de textos, um estatuto de elemento fundamental na história da leitura. Descreve, para tanto, as revoluções ocorridas nas práticas de leitura, partindo do pressuposto de que as mudanças sofridas pelo suporte livro, em sua *forma material*, implicaram mudanças no comportamento leitor, enfim, nos modos de ler das sociedades antigas (cf. seus estudos acerca da *Bibliothèque Bleue*, Chartier

⁴⁸ Essa expressão ‘forma material’, empregada por Chartier, equivale à condição física e cultural do suporte, ou seja, aos *dispositivos técnicos, visuais e físicos que organizam a leitura do escrito* ([1994] 1998, p. 8). É com esse sentido que empregamos, ao longo do trabalho, essa expressão, diferentemente da definição dada para essa mesma expressão grafada com hífen, cunhada por Orlandi ([1996] 1998) e descrita na nota 16 da Introdução.

⁴⁹ “confrontation entre ses versions et variantes et, finalement, de l’établissement d’une édition qui soit la plus exacte possible” (CHARTIER, 1991, p. 7)

([1994] 1998); Chartier ([1987] 2004)) e das sociedades modernas (cf. seus estudos acerca da leitura na tela do computador, Chartier ([1994] 1998); Chartier ([1997] 1999a)).

Das ‘ordens’ instauradas pelo livro, define-se, inicialmente, de modo geral, aquela *de sua decifração, a ordem no interior da qual ele deve ser compreendido ou, ainda, a ordem desejada pela autoridade que o encomendou ou permitiu a sua publicação* (CHARTIER, [1994] 1998, p.8); em seguida, a ordem instituída pela forma dos livros que *manuscritos ou impressos, [...] são objetos cujas formas comandam, se não a imposição de um sentido ao texto que carregam, ao menos os usos de que podem ser investidos e as apropriações às quais são suscetíveis* (CHARTIER, [1994] 1998, p.8).

O historiador tem como um de seus objetivos analisar, com vistas a constituir uma história da leitura, as mudanças sofridas pelo **suporte** e, na extensão dessas mudanças, os modos como se realizavam as leituras em sociedades distantes geográfica e temporalmente da nossa, quais eram as práticas desempenhadas por seus leitores. Logo, nessa segunda ‘ordem’, o **suporte** é concebido, em sua materialidade significativa, como objeto que viabiliza ‘ler textos’, e que exerce influência sobre a leitura que deles se fará, sobre suas significações que são *dependentes das formas pelas quais eles são recebidos e apropriados por seus leitores (e editores)* (CHARTIER, [1994] 1998, p. 12)⁵⁰.

Como exemplo de variações das modalidades formais de apresentação dos textos e sua conseqüente mudança nas práticas de leitura, Chartier ([1994] 1998) aponta as alterações promovidas, quando da mudança do rolo para o códex, no corpo do leitor que, com o novo suporte, tem seus braços liberados, não mais comprometidos em ‘desenrolar’ e segurar o objeto a ser lido, viabilizando, entre outras coisas, a escrita de notas concomitante com a leitura. Essa ‘liberdade’ muda o regime de produção de conhecimentos desde então. Se a escrita contribuiu para a constituição e desenvolvimento do fazer científico nas sociedades que dela se valeram,

⁵⁰ Vemos nessas ‘ordens’ apresentadas por Chartier, bem como em sua concepção do suporte e da forma material dos textos, a influência foucaultiana, no que diz respeito tanto à contemplação do aspecto físico, quanto simbólico e institucional da materialidade.

ou seja, para a constituição de uma *razão gráfica*, segundo expressão empregada por Jack Goody ([1977] 1979), com a possibilidade de se fazer notas, durante a leitura, potencializa-se, agiliza-se esse fazer científico, graças à anotação de idéias que podem ser melhor desenvolvidas posteriormente em função de sua fácil localização no texto quando de uma segunda leitura.

Outro exemplo apresentado pelo autor, também bastante significativo de como essas variações sobre a forma do texto afetam as maneiras de sua recepção, é a inserção de brancos nas páginas entre os séculos XVI e XVIII. A inserção de espaços laterais, superiores e inferiores, a separação entre título e texto, o espaço definindo início de novo parágrafo, a divisão do texto em partes, em parágrafos etc. não se estabelece sem conseqüências para a legibilidade do texto, logo, para práticas de apropriação. A inserção dos brancos é, segundo o autor, um indício de como os editores, de então, sugeriam um tipo de leitura a seus leitores. Essa mudança foi tão importante e tão sentida que provocou muitas críticas. Em nome da integridade do sentido do texto, autores como John Locke colocaram-se na contra-mão dessa mudança, conforme nos descreve Chartier:

Esse recorte [divisão em parágrafos] pode ter implicações fundamentais quando se trata de um texto sagrado. É conhecido o embaraço de Locke diante do hábito, então difundido, de dividir o texto da Bíblia em capítulos e versículos. Para ele, uma tal forma implicava o risco de ver obliterada a poderosa coerência da palavra de Deus. [...] Em seu entender, os efeitos de tal recorte são desastrosos, autorizando a cada seita ou partido religioso fundar a sua legitimidade sobre os fragmentos da Escritura que mais lhe pareçam confortáveis.

(CHARTIER, [1994] 1998, p. 19).

Dentre alguns exemplos capazes de apresentar como algumas mudanças na forma material dos textos podem gerar uma certa orientação da leitura, lembramos ainda a modificação sofrida na apresentação de alguns textos literários, quando da mudança de seu

suporte. Os textos, ao migrarem de um suporte para outro, diferente daquele para o qual eles foram concebidos inicialmente, podem suscitar eventuais deslocamentos de sentido.

A publicação recente, em edições relativamente luxuosas, de obras que foram produzidas, na década de 70, em mimeógrafos, pelos “poetas marginais” (Leminsky, Cacaso etc.), é um exemplo de como o suporte e a circulação do texto são elementos que participam de sua significação. A materialidade desses poemas, graças ao seu gênero discursivo e a seu suporte – poemas transcritos em folha mimeografada e grampeada –, significava também por seu aspecto manufaturado, pela ‘forma marginal’ pela qual circulava entre os leitores⁵¹. Quando os poemas são ‘transferidos’ para um outro **suporte** oficializado pela tradição, como o livro, muda-se seu regime de **circulação** e altera-se seu modo de recepção e seu público leitor.

A alteração do suporte de textos literários, conforme ocorrido com a ‘poesia marginal’, deu-se de modo inverso, ao que ocorreu com os livrinhos populares franceses, conhecidos como a *Bibliothèque Bleue*. Se para a poesia marginal a mudança de seu suporte ‘aburguesou’ os textos, ao colocá-los na forma socialmente prestigiada do suporte livro, para os textos publicados nos livrinhos conhecidos por *Bibliothèque Bleu*, ou seja, a passagem de uma forma clássica de edição dos livros para uma versão mais barata, poderia garantir a sua ‘popularização’, por meio da

fórmula editorial desenvolvida entre 1700 e meados de 1800 com a finalidade de atrair o público leitor mais numeroso (e mais popular) por meio de edições com o custo mais barato, pois usavam brochuras, cuja capa em geral era azul, impressas com um tipo antigo e inadequado, ilustradas com xilografias de segunda mão e quase sempre com uma figura substituindo a insígnia do editor na página de rosto.

(CHARTIER, [1992] 2001, p. 223)

No entanto,

⁵¹ Sua circulação, por vezes excêntrica, podia se dar pela fixação dos textos em postes nas ruas, como se fossem cartazes, pela entrega em mãos, como se fossem panfletos, por arremesso das folhas, do alto de um prédio, simulando um sorteio ou uma ‘chuva de poesia’.

os textos publicados em forma de livros populares não eram, em si, “populares”; provinham de todos os gêneros, de todas as épocas e de todos os tipos de literatura, e, antes de passarem a fazer parte da Bibliothèque Bleue, todos já haviam desfrutado uma vida editorial relativamente longa nos moldes tradicionais de publicação.

(CHARTIER, [1992] 2001, p. 223)

Em suma, a mudança de suporte das poesias marginais possibilitou uma circulação diferente daquela inicialmente concebida, o que na economia simbólica dos suportes interfere na recepção desses textos. O mesmo acontece com os livrinhos azuis, que mudam senão de tipo de suporte, pelo menos de qualidade desse suporte, implicando também mudanças na sua recepção, seja pelo aumento considerável de leitores, seja pela percepção desses textos como ‘populares’.

Considerando, então, as diferentes e complementares concepções de *materialidade discursiva* desenvolvidas no interior da Análise do Discurso, por autores como Michel Pêcheux, e a elas articulando as reflexões de Michel Foucault e Roger Chartier sobre a forma material, buscamos sintetizar a noção de *materialidade discursiva* que recorta e atravessa nossa análise, entendendo-a como uma conjunção complexa de várias instâncias materiais.

Uma dessas instâncias corresponde à materialidade da linguagem, tanto lingüística, quanto imagética etc.. Além dessas materialidades não podemos ignorar a presença significativa da multimodalidade, procedimento de escrita muito comum em nossa sociedade, conforme apontado por Barthes ([1963] 1993c), em seu texto *La civilisation de l'image*. O autor afirmou que, diferentemente da designação muito comum em nossa sociedade de que vivemos/somos a civilização da imagem, da era da imagem, vivemos, na verdade, o tempo *de uma comunicação mista (imagem e linguagem)* (BARTHES, [1963] 1993c, p. 1410), os tempos de uma civilização multimodal, em que

a impressão muito forte que temos atualmente de um “aumento” das imagens, nos faz esquecer que nesta civilização da imagem, a imagem, precisamente, nunca é, por assim dizer, privada de palavras (fotografia legendada, publicidade com anúncio, cinema falado, *fumetti*); sobre isso pensamos que o estudo desse universo moderno da imagem – que não foi ainda realmente empreendido – corre o risco de ser, já de início, falseado, se não trabalharmos imediatamente sobre um objeto original, que não é nem imagem nem linguagem, mas essa imagem desdobrada de linguagem, que poderíamos chamar de comunicação logo-icônica⁵².

(BARTHES, [1963] 1993c, p. 1410-1411)

Essa instância de materialidade desdobra-se em outras que implicam sua formulação em um gênero, que pressupõe formas e modos de circulação particulares. De acordo com seu suporte, tem-se a atualização do texto num certo momento histórico-cultural, em conformidade com um certo regime institucional de práticas discursivas e não-discursivas que, por seu turno, instauram determinados sujeitos e sentidos.

Com vistas a empreender uma análise discursiva das representações de leitura inscritas nos textos da revista *Veja*, valemo-nos, portanto, da consideração dessas instâncias, físicas, simbólicas e institucionais, que constituem a *materialidade discursiva*, englobando as diferentes linguagens, os gêneros e os suportes.

⁵² “[...] le sentiment très vif que nous avons actuellement d’une “montée” des images, nous fait oublier que dans cette civilisation de l’image, l’image, précisément, n’est pour ainsi dire jamais privée de parole (photographie légendée, publicité annoncée, cinéma parlant, *fumetti*); on en vient à penser que l’étude de cet univers moderne de l’image – qui n’a pas encore été réellement entreprise – risque d’être à l’avance faussée, si l’on ne travaille pas immédiatement sur un objet original, qui n’est ni l’image ni le langage, mais cette image doublée de langage, que l’on pourrait appeler la communication logo-iconique.” (BARTHES, [1963] 1993c, p. 1410-1411)

2.3. A(s) ORDEM(s) DO DISCURSO:

Relações entre as Linguagens, o Gênero e o Suporte

Uma ordem emerge do desordenado caos... a música apara as arestas do barulho.

Michel Serres

A popularização do cristianismo, segundo Debray ([1991] 1993), foi promovida pelo modo de circulação da ‘Boa Nova’. O autor destaca três fatores decisivos para a difusão da então recente doutrina: a **norma lingüística**, o **gênero** e o **suporte**. Para ele, os cristãos foram eficientes na divulgação do cristianismo graças aos meios dos quais se valeram para sua difusão. Diferentemente dos pagãos e dos intelectuais gregos, os cristãos, e o próprio Cristo, dirigiram-se às pessoas por meio de mensagens simples, gerando uma *decodificação menos custosa* o que ampliava em muito a audiência. Optaram, *pelos gêneros menos nobres: a biografia e não a metafísica, a correspondência e não o tratado, o sermão e não o curso*. (Debray, [1991] 1993, p. 137), maximizando, assim, *a taxa de escuta*. Quanto à modalidade lingüística, os cristãos empregaram a popular: *os primeiros escritos cristãos, nos arredores de Alexandria e ao longo do Mediterrâneo, são redigidos, não em grego clássico ou literário, mas em grego popular* (Debray, [1991] 1993, p. 140). Quanto ao suporte, Debray afirma que a passagem do rolo para o códex foi decisiva para a propagação da doutrina cristã. A palavra de Deus foi, então, mais uma vez encarnada e, sob a forma do códex, ganhou mobilidade, tornou-se mais fácil transportá-la como também escondê-la.

Na esteira desse exemplo, apresentado por Debray, e em conformidade com a Análise do Discurso e a História Cultural, consideramos na produção e na recepção discursiva a participação dessas instâncias de ordem material que estabelecem o texto em sua realidade

físico-institucional. O discurso institui-se, portanto, em sua *existência* mais ou menos *transitória*, a partir dessa imbricação de uma **norma lingüística**, um **gênero** e um **suporte**, que se constituem histórico-culturalmente como sua *ordem*, viabilizando sua formulação, sua circulação e sua recepção.

Considerando essa imbricação, faz-se necessário abordarmos, ao menos brevemente, a noção de gênero que subsidia este trabalho. Ela se apóia nas reflexões sobre *os gêneros do discurso* de Mikhail Bakhtin ([1952-1953] 2000). Os **gêneros**, segundo o autor, são *tipos relativamente estáveis de enunciados*, de unidades de comunicação verbal elaboradas em conformidade com as esferas das atividades humanas. Surgem, estabilizam-se e mudam segundo a atualização dessas atividades. A estabilidade relativa do gênero garante, então, a produção e a compreensão dos enunciados em função do estabelecimento de *um contrato* específico, com seu respectivo ritual (MAINGUENEAU, [1987] 1997), adequado a cada atividade humana, de modo particular. Assim, em função da estabilidade dos gêneros e de uma espécie de repertório social que garante seu reconhecimento, podemos antecipar, no momento de sua apropriação, aquilo de que tratará o texto.

Mikhail Bakhtin, em sua conceitualização do **gênero discursivo**, distingue três elementos que o compõem, a saber: o *conteúdo temático*, o *estilo verbal* e a *construção composicional*. O *conteúdo temático* e o *estilo verbal* correspondem à *seleção operada nos recursos da língua – recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais*; ([1952-1953] 2000, p. 279); a *construção composicional* relaciona-se à apresentação desse conteúdo sob uma forma estruturada e repetível, ou seja, ao modo como é apresentado o texto, *ao tipo de estruturação e de conclusão de um todo* ([1952-1953] 2000, p. 284). Trata-se da conjunção, ou mesmo, da indissociabilidade desses elementos que faz com que numa dada esfera de comunicação possamos empregar e reconhecer tipos particulares de textos tais como uma piada, uma poesia, uma carta pessoal, um romance, uma publicidade, etc.. Emprego e reconhecimento nos quais a

interpretação não permanece indiferente. Desses elementos, o autor destaca a importância da *construção composicional* que, segundo ele, é responsável pelo *acabamento* da unidade de comunicação verbal, possibilitando aos interlocutores inferirem a totalidade da estrutura do gênero e permitindo-lhes compreender e intervir, graças ao reconhecimento da finalização do enunciado.

Ao deter-se no exemplo do diálogo entre dois interlocutores, Bakhtin ([1952-1953] 2000) concebe a *construção composicional* como o conjunto daqueles indícios que permitem que possamos

de imediato, bem nas primeiras palavras, pressentir-lhe o gênero, adivinhar-lhe o volume (a extensão aproximada do todo discursivo), a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo da fala, evidenciará suas diferenciações.

(BAKHTIN, [1952-1953] 2000, p. 302).

Se considerarmos, não um diálogo, mas um texto na forma impressa, a apreensão de sua unidade se deve ao que aos nossos olhos se torna mais saliente, a saber, sua *construção composicional*, relativa a sua formulação discursiva. O modo pelo qual a textualização do discurso se apresenta – em sua estrutura característica, com uma disposição específica no seu suporte – promove o reconhecimento de seu gênero e permite antecipar sua estruturação de modo a contribuir para a compreensão dos sentidos da linguagem.

Dada a relativa estabilidade do gênero, garante-se – pela ‘anterioridade’ do olhar panorâmico sobre o texto, sobre sua aparência visual na página – um acesso privilegiado à sua *construção composicional*. Esta corresponderia, nesse sentido, à apresentação do rosto do texto, de sua silhueta que remete a uma totalidade que podemos prever e antecipar. Trata-se da forma imagética do gênero, que demanda um regime de recepção, de modo que o texto seja acessado, no primeiro instante, não pela interpretação dos signos mas pela interpretação de sua

construção composicional, por sua disposição em parágrafos, quadros, por sua *mise en page*, que define os espaços para sua maior legibilidade, enfim, por outras formas semiológicas, que participam da composição dos textos.

Em resumo, a *construção composicional* é responsável por uma espécie de “primeira leitura”, uma leitura de ordem panorâmica e geral, que possibilita ativar no leitor uma expectativa, uma antecipação do seu *conteúdo temático*, ainda que ele não tenha tido acesso a seu *estilo verbal*.

O suporte, por sua vez, ao compor, juntamente com o gênero, a *materialidade discursiva*, e atuar como um dos elementos responsáveis pela materialização do discurso, participa da produção dos sentidos dos textos. Chartier ([2000] 2002b), ao tratar da preocupação relativamente recente das bibliotecas a respeito da digitalização do acervo de revistas (incluídas sobretudo as revistas científicas) e jornais, e da conseqüente destruição dos originais, lembra que:

a construção do sentido de cada artigo particular depende, mesmo inconscientemente, da sua relação com os outros textos que o antecedem ou o seguem e que foram reunidos dentro de um mesmo objeto impresso com uma intenção editorial imediatamente perceptível.

(CHARTIER, [2000] 2002b, p. 28).

Assim como o gênero, o suporte também estabelece uma relação de anterioridade na recepção do texto, interferindo no modo como este será apropriado pelo leitor.

Para além do **gênero discursivo** e do **suporte**, é preciso considerar também, sobretudo no caso das revistas, o ***gênero tipográfico***⁵³, relativo à edição. Assim, um texto escrito por um

⁵³ É preciso distinguir brevemente o que compreendemos como “gênero tipográfico” e “gênero textual” do discurso. O primeiro corresponde aos diferentes tipos e segmentos de revista, como revistas masculinas, de moda, de informação semanal, literárias, agrícolas, infantis, etc. Diferenciam-se pela orientação temática em conformidade com seu público-alvo e se valem de formas de apresentação dos textos específicas. Esses gêneros tipográficos ocupam, por sua vez, lugares simbólicos, hierárquicos uns em relação aos outros, conforme as representações de seus leitores e a atribuição de legitimidade das práticas de escrita e de apropriação desses gêneros tipográficos. O leitor de *Veja*, pode até ser o mesmo leitor de *Caras*, mas na economia dos objetos

autor, recebe seu acabamento por um editor, cujo trabalho seria o de estabelecer um texto em uma forma expressiva, considerando a articulação do(s) gênero(s) textual(is) e os tipográficos com seus suportes. Há, portanto, gêneros tipográficos que comportam apenas um *gênero discursivo* ou *textual*, outros, como é o caso da revista (revista semanal de informação, revista feminina, revista de literatura), caracterizam-se por comportar uma variedade de gêneros textuais⁵⁴. Há, portanto, diferenças entre *gêneros tipográficos* que, mesmo contando com um mesmo suporte e comportando gêneros textuais semelhantes, caracterizam-se diferentemente em função de sua temática e de seu direcionamento a um público-leitor. Estamos, aqui, sempre pensando nas revistas, logo, nas especificidades de materialização de seus textos.

Assim, em função de seu gênero textual, de seu gênero tipográfico e de seu suporte⁵⁵, o texto começa a fazer sentido antes mesmo da decodificação de sua forma lingüística ou de outras formas semiológicas. Tanto a língua, quanto outras linguagens, em sua substancialização (gráfica, sonora, visual etc.), em sua formulação num gênero e em sua circulação num suporte, apresentam-se como instâncias simbólicas, intermediando as relações entre o sujeito e o mundo, e entre os sujeitos, instaurando nessa relação efeitos de sentido.

culturais e das instituições que assinam esses objetos há o jogo de imagens sócio-cultural que hierarquiza e diferencia o *status* do público leitor, legitimando a leitura de certos gêneros tipográficos e não de outros, em determinados contextos. Já o gênero textual, no caso da revista, corresponde aos diversos tipos de textos que circulam normalmente em seu interior, como a reportagem, as notas, as charges, a publicidade, a publireportagem, a entrevista etc.

⁵⁴ O trabalho de um editor (encomenda, seleção, avaliação, organização, revisão, normalização, supervisão e publicação) no estabelecimento dos textos num gênero tipográfico, como a revista semanal de informação, corresponde, *grosso modo*, à função de um autor, tamanha pode ser a sua interposição no trabalho dos autores. Gostaríamos de chamar a atenção para um dos aspectos da produção dos textos concernente à questão da autoria na revista de informação, ou mais precisamente, sobre a *autoria interposta* do editor (BAKTHIN, [1952-1953] 2000, p. 325). Trata-se da intervenção editorial na escrita dos textos da revista, empreendida antes, durante e depois de seu acabamento. A revista é, tanto em seu formato de objeto cultural, quanto pela especificidade de seu gênero tipográfico, um suporte no qual se avizinham diversos gêneros textuais, dos quais a propaganda e o texto editorial. Desse modo, há sob a unidade de um objeto, diversos textos, feitos há várias mãos. Há portanto uma autoria que em sua produção é coletivizada mas em sua recepção é homogeneizada sob o nome da instituição. Promove-se, assim, um jogo complexo de atribuição de autoria, responsável, em alguma medida, pelos efeitos de sentido na interpretação dessa escrita. A autoria dos textos editoriais da revista *Veja*, empreendida por diversos atores, está comprometida com um *conteúdo temático* (definido na maioria das vezes pelos editores), sobreposta por um *estilo verbal* próprio da escrita jornalística e submetido a uma *mise en forme* do texto de responsabilidade dos editores. Conforme Gregolin (2001b) os princípios adotados pela escrita jornalística como padronização do estilo, simplificação da escrita, apontam para uma espécie de denegação da autoria como fruto de uma subjetividade.

⁵⁵ Nota-se que o suporte não goza da mesma popularidade que o gênero, textual ou tipográfico, desfruta no interior dos estudos da linguagem, em função talvez de uma perspectiva abstracionista dos textos, ora voltada para a valoração do conteúdo, ora para a abordagem da forma lingüística *stricto sensu*.

No imbricamento dessas formas de materialização de ordem discursiva, e considerando que o suporte estabelece relações relativamente reguladas com os tipos de textos que porta, podemos supor que cada suporte pode privilegiar (ou pode ser privilegiado por) alguns gêneros tipográficos e gêneros textuais. A partir da relativa estabilidade dessas relações entre gêneros e suportes, são instituídos regimes de leitura específicos. Marcuschi (2003), propõe a noção de *reversibilidade de funções* para explicar eventuais mudanças no gênero textual que poderiam ser operadas quando da mudança de suporte⁵⁶. Como exemplo, o autor considera

um livro contendo cartas pessoais de alguém. Aquelas cartas já não são mais pessoais desde o momento em que foram publicadas. Passaram a ser documentos públicos e até seu *status* pode ter mudado se forem cartas de algum escritor. [...] com a divulgação em livro passam a operar como uma obra literária.

(MARCUSCHI, 2003, p. 22, 23)

Assim, se o suporte e os gêneros atuam como coerções necessárias na produção dos textos e na sua recepção, instaurando-lhes uma ordem de visibilidade, de acesso, poderíamos aventar a possibilidade de que o **suporte**, concomitante ao **gênero tipográfico**, anteciparia e criaria uma expectativa em relação aos textos que portam, assim como os **gêneros textuais**, em sua antecipação imagética do texto, antecederiam a leitura da materialidade verbal ou não verbal. No limite, poderíamos pensar que antes mesmo que os textos pudessem ser produzidos

⁵⁶ Com vistas a promover uma reflexão sobre a relação entre o suporte e os gêneros textuais, Marcuschi nos apresenta alguns exemplos e desenvolve algumas observações acerca da questão. Concordamos com algumas de suas hipóteses, mas discordamos de sua abordagem do “Livro Didático” (LD) como um suporte. Segundo ele, o *LD de língua portuguesa é um suporte que contém muitos gêneros, que mesmo depois de reunidos no livro continuam com suas especificidades, pois a incorporação dos gêneros textuais pelo LD não muda esses gêneros em suas identidades, embora lhes dê outra funcionalidade, num processo que denominei reversibilidade de função*. (MARCUSCHI, 2003, p. 24, grifo do autor). Concordamos que, de fato, os diversos gêneros contemplados no interior de um livro didático com o intuito de ensiná-los, divulgá-los, atribuir-lhes classificações, não desloca esses textos da função que eles assumem originalmente (o que não ocorre em outros casos de mudança de suporte como mostramos no item anterior), apenas os apresentam com outra funcionalidade no interior do livro didático. Mas essa questão não diz respeito propriamente ao suporte, sendo incoerente, segundo nossa perspectiva, distinguir entre suporte ‘livro’ e suporte ‘livro didático’. Trata-se, na verdade, de uma relação entre gêneros de estatutos diferentes, a saber, entre *gêneros tipográficos* (livro didático, dicionário, catecismo, enciclopédia, etc.) e *gêneros textuais* (cartas, propagandas, orações, entradas de verbetes, etc.) segundo distinção mencionada por Chartier ([1992] 2001, p. 229).

ou decodificados na sua materialidade lingüística ou de outras formas semiológicas, já significariam pelo **suporte** que os porta e pelos **gêneros** que os configuram, sob a forma dos quais são formulados.

Podemos tentar exemplificar essa imbricação entre os modos de materialização mencionados, e sua atuação sobre os sentidos da materialidade lingüística de um texto, partindo da consideração de algumas mudanças que o computador, como intermediador de textos, provocou no que diz respeito tanto à produção quanto à recepção dos mesmos.

A circulação de textos pela *internet* tem provocado um fenômeno interessante, do ponto de vista discursivo, quanto ao processo de migração, de um lugar para outro, de um texto que, separado de seu suporte original, pode reconfigurar todo o processo anterior de fabricação do acordo dos sentidos pautado na estabilidade das formas dos suportes e dos gêneros. Das mudanças provocadas pela nova ordem textual promovida pelo *Web*, podem ser destacadas, primeiro, a reformulação de todos os processos de classificação e reconhecimento dos tipos de textos. Nunberg (1993), ao tratar da digitalização das revistas científicas, chama a atenção para

a diferença que existe entre a leitura dos “mesmos” artigos quando se deslocam da forma impressa, que situa cada texto particular em uma continuidade física, material, com todos os outros textos publicados no mesmo número, para a forma eletrônica onde são encontrados e lidos a partir das arquiteturas lógicas que hierarquizam campos, temas e rubricas.

(NUNBERG (1993) *apud* CHARTIER, [2000] 2002b, p. 28).

A segunda mudança diz respeito à possibilidade de transposição de um mesmo texto, de seu gênero de origem a outro gênero mais comum ao novo meio de circulação.

Observamos que o *Web*, como espaço democrático por excelência⁵⁷, disponibiliza uma grande variedade e quantidade de textos. Destacados de seu suporte de origem, esses textos sofrem uma homogeneização de suas formas promovida pelo meio de circulação, formas que,

⁵⁷ Democrático no sentido de que disponibilizaria todos os textos a todos aqueles que, tendo acesso ao computador e a uma linha telefônica, potencialmente podem consultar todos os textos por ela disponibilizados.

antes, eram precisadas por um suporte específico e por um gênero tipográfico. Ao assemelhar-se relativamente aos demais textos, há a possibilidade de um deslizamento de propriedades de um gênero textual predominante e característico do meio de circulação aos outros textos, de gêneros textuais específicos. Assim, podemos observar que um texto pode culturalmente migrar de um gênero textual a outro em função da mudança de seu suporte, dado que sua identidade, de modo complexo, liga-se também a um suporte que lhe é constitutivo. Roger Chartier, ao discutir as mudanças implicadas na passagem dos textos impressos à forma eletrônica, constata que

Todos os textos, quaisquer que eles sejam, são produzidos e recebidos sob um mesmo suporte [eletrônico] e a partir de formas muito semelhantes, geralmente escolhidas pelo próprio leitor. É assim criada uma continuidade textual que não diferencia mais os gêneros a partir de sua inscrição material. Daí, a inquietude ou a confusão dos leitores que devem confrontar e superar o desaparecimento de critérios há muito já interiorizados que lhes permitiam distinguir, classificar e hierarquizar os discursos.⁵⁸

(CHARTIER, 2005a, s/p)

O desaparecimento dos critérios de identificação, classificação e hierarquização dos textos⁵⁹, pode ser verificado, dentre outros exemplos, naquele referente à recente circulação de

⁵⁸ “Tous les textes, quel qu’ils soient, sont produits ou reçus sur un même support et dans des formes très semblables, généralement décidées par le lecteur lui-même. Est ainsi crée une continuité textuelle qui ne différencie plus les genres à partir de leur inscription matérielle. De là, l’inquiétude ou la confusion des lecteurs qui doivent affronter et surmonter la disparition des critères les plus fortement intériorisés qui leur permettaient de distinguer, de classer et de hiérarchiser les discours”. (CHARTIER, 2005a)

⁵⁹ Segundo Fontanille (2005), os textos digitalizados se tornaram um exemplo típico dessa discussão acerca da materialidade e da imaterialidade dos textos, logo, dos suportes. Sobre essa questão, o autor chama a atenção, mais especificamente, para o aspecto levantado por Klock-Fontanille (2005), da existência de um suporte formal e de um suporte material. O problema, segundo Fontanille (2005) não se encontra necessariamente na mudança do *suporte material*, mas sim naquela que toca o *suporte formal*, ou seja, a grande mudança que se dá na passagem dos textos impressos para os textos digitalizados se encontra nos modos de apresentação desses textos na tela, na configuração formal do texto, que pode implicar em mudanças na sua apropriação, e não necessariamente no que ele entende por suporte material. Na definição de Klock-Fontanille (2005), o *suporte material* corresponderia ao objeto que dá a ler o texto, cuja existência no caso das escritas antigas, precedia, ou melhor, preexistia à própria escrita, e que acaba por se apagar atrás dela, por se subordinar ao texto. Em relação ao *suporte formal* este corresponderia ao *espaço de inscrição* cuja delimitação, recorte, forma, define um modo de organização do texto nessa superfície, define uma sintaxe que significa, que apresenta, portanto, regras de inscrição, ou como precisa Fontanille (2005), o *suporte formal é a estrutura que acolhe as inscrições, é o conjunto de regras topológicas de orientação, de dimensionamento, de proporção e de segmentação, que vão, principalmente, coagir e fazer*

textos literários, freqüentemente fragmentados, que, enviados por *e-mail* ou disponibilizados na *Web* passam a ser reproduzidos e recebidos como mensagens do tipo auto-ajuda⁶⁰.

Esse tipo de mensagem caracteriza-se tanto por seus meios de circulação (folhas manuscritas ou datilografadas, xerocopiadas e distribuídas pessoalmente, atualmente também digitadas e circulando via e-mail) quanto por seu *conteúdo temático*, que tratam da projeção de um futuro melhor, dado que, supostamente, elas têm o poder de dar sorte, caso o leitor cumpra a missão de, nelas crendo, lhes reproduzir e distribuir a um determinado número de leitores. Quanto ao *estilo verbal* dessas mensagens, há a recorrência ou repetição de enunciados, ora como reproduções na íntegra de ditados populares, de orações, etc., ora levemente alterados, mas de qualquer modo reconhecíveis. Difundidas popularmente com a facilidade promovida pela máquina de xerox, essas mensagens de auto-ajuda começaram a circular significativamente. Com a *internet* essa possibilidade potencializou-se. Tamanha é a circulação de mensagens tipo “auto-ajuda” pela *internet* que, letras de música, textos literários (mais comumente contos e poemas), textos bíblicos, etc., diferenciados até então graças a um regime de produção e recepção determinados em conformidade com seus respectivos suportes, circulam na rede como se fossem mensagens de “auto-ajuda”.

Recentemente, tornou-se comum o envio, pela internet, de poesias de autores como Jorge Luiz Borges, Pablo Neruda, Fernando Pessoa, Mário Quintana e outros. Essa nova circulação privilegia um deslocamento simbólico significativo desses textos, que podem sofrer reconfigurações particulares de seu gênero textual ao circularem isoladamente dos demais textos que participam de sua definição como texto poético, bem como destacados do gênero

*significar os caracteres inscritos*⁵⁹. (p.186). Daí a possibilidade de um mesmo *suporte material* portar dois tipos de *suportes formais*. Essa distinção entre *suporte formal* e *suporte material* assemelha-se à distinção que indicamos relativa, no entanto, ao *gênero textual* e *gênero tipográfico* e ao *suporte*.

⁶⁰ Ao designarmos mensagens tipo auto-ajuda, referimo-nos àquelas mensagens que circulam via *internet* sob a forma de correntes as quais abordam desde questões mais inofensivas, de ordem afetiva, como as correntes da felicidade e do amor, mas também questões de ordem mística como as que prometem bons momentos aos que seguirem as orientações e maus momentos aos que quebrarem o seu curso, ou ainda, as correntes de oração ou doação de dinheiro a necessitados, dentre as quais estão aquelas que são exploradas por estelionatários, com a promessa de enriquecimento fácil, também conhecidas como pirâmides do enriquecimento.

tipográfico que o caracteriza como um texto no interior de uma coletânea de textos literários e de seu suporte tradicional, o livro impresso. Todos esses fatores envolvidos na circulação de um texto, garantem-lhe sua identidade. Quando esses textos se encontram desvinculados de todos esses procedimentos que o estabelecem em sua identidade, ou seja, desvinculados da forma como tradicionalmente são apreendidos pelo leitor, sua recepção pode mudar.

O regime de circulação dessas mensagens difere simbolicamente em muito daquele das poesias normalmente estabelecidas num suporte sócio-culturalmente valorizado, como o livro. Os textos poéticos, assim, uma vez deslocados de sua **circulação** particular, apresentados num **suporte** diferente daquele para o qual foram tradicionalmente concebidos, são recebidos de maneira diferente daquela que poderia ser sua apropriação sob a forma de um livro, numa edição como a da Aguilar, com capa dura, em papel bíblia. Ao transitarem pela *internet*, os textos poéticos não apenas sofrem um distanciamento do suporte, responsável também por sua caracterização simbólica, como também alterações na sua construção composicional, na sua apresentação, já que, por vezes, recebem ilustrações e/ou são animados com os recursos disponíveis em programas como o *power point*, e, em alguns casos, são acrescidos de versos, no processo de sua digitação, ou de seu aperfeiçoamento.

A atribuição de valores diferentes aos textos em função de sua migração para um outro suporte e da instauração de uma circulação específica, incide, para algumas *comunidades de leitores*, sobre a credibilidade ou não que se atribuirá ao texto lido. Os julgamentos, as antecipações, produzidos no primeiro contato com as formas materiais de um texto, atuam, de certo modo, na recepção que dele se fará, em função do valor simbólico de cada objeto portador de texto, em cada domínio cultural específico.

Paradoxalmente, como apresentamos no primeiro item deste capítulo, há um processo de apreensão dos textos de modo a abstrair-lo de suas formas materiais, no entanto, na apropriação efetiva dos textos, os meios de circulação garantem-lhe um estatuto diferente, uma

consideração diferente do texto por parte do leitor. Esse paradoxo pode ser desfeito se considerarmos que, em geral, nos modos de apropriação dos textos, os leitores não são indiferentes aos meios de circulação, em função dos valores sócio-culturais que compartilham com suas comunidades ou com as demais *comunidades de leitores*. Porém, as teorias que buscaram compreender e explicar a leitura, os leitores, as práticas de leitura, não se ocuparam, como identificou Roger Chartier, das formas materiais de estabelecimento dos textos. Assim, se as práticas cotidianas não são indiferentes aos modos de materialização dos textos na leitura, as práticas científicas de compreensão e descrição da leitura aparentemente o foram.

Na conjunção entre as materialidades, verbais e não-verbais, os gêneros textuais, os gêneros tipográficos e o suporte, há um engendramento histórico-cultural das maneiras de produzir conhecimento e reconhecimento, características de todo e qualquer processo de produção e apropriação de textos por cada *comunidade de leitores*. Essa conjunção rege os textos tais como eles são, os quais serão decifrados pelos membros de comunidades particulares conforme suas *tradições de leitura*. Essa regularidade engendra, por sua vez, as práticas de leitura de uma comunidade. Segundo os termos de Chartier, *as normas e as convenções de leitura [...] definem, para cada comunidade de leitores, os usos legítimos do livro, [e dos demais objetos portadores de textos] as maneiras de ler, os instrumentos e procedimentos da interpretação* ([1994] 1998, p. 13).

Essas formas de produção e de apropriação codificadas histórico-culturalmente, que dizem respeito a uma comunidade, a partir de seus objetos e de suas técnicas, encontram-se inscritas nas formas dos objetos culturais, na sua materialidade discursiva.

Com vistas a apreender, na escrita da revista impressa, as representações de práticas de leitura, de um leitor-simulacro, voltamo-nos agora para análise de alguns procedimentos recorrentes nos textos de *Veja*.

REVISTA EM REVISTA:

REPRESENTAÇÕES DE PRÁTICAS DE LEITURA EM *VEJA*

[...] na revista a informação não é apenas transmitida com o máximo de eficácia e rigor. Ela é, antes, ‘mise en scène’⁶¹.

Jean-Marie Charon

A forma da revista, como a conhecemos, hoje sofreu alterações desde sua criação e popularização entre os objetos culturais dos quais se aproximou e dos quais se distinguiu ao longo de sua história até constituir-se como uma das mídias modernas, um dos suportes de textos. Esses objetos culturais dos quais a revista precisou se diferenciar, mesmo se apoiando em características que lhes eram próprias, foram, num primeiro momento, o jornal e o livro, com regimes de circulação relativamente diferentes, aos quais o da revista veio acrescentar-se. Uma das diferenças que, segundo Charon (1999), foi decisiva na definição da revista como gênero tipográfico distinto do livro e do jornal, encontra-se na exploração das imagens, de modo que seus textos fossem feitos não apenas para serem lidos, mas também para serem vistos⁶².

Em uma análise das revistas periódicas que circularam no Brasil, sobretudo daquelas publicadas no estado de São Paulo, entre 1890 e 1922, a historiadora Ana Luíza Martins (2001) apresenta-nos um rico perfil desse objeto cultural, de sua constituição e de sua diferenciação em relação ao jornal e ao livro, de seus modelos internacionais, de suas especificidades graças

⁶¹ “dans le magazine l’information n’est pas seulement transmise avec le maximum d’efficacité et de rigueur. Elle est d’abord ‘mise en scène’.” (CHARON, 1999, p. 79)

⁶² A preocupação com a produção de textos para serem vistos pode ser aludida a partir dos próprios nomes de algumas revistas, sobretudo de revistas de fotojornalismo e de informação semanal como a revista francesa “*Vu*”, lançada em 1928; a revista brasileira “*Visão*”, lançada em 1952 (publicação proposta por um grupo de empresários norte-americanos, considerada antecessora às revistas semanais de informação no Brasil, como *Veja* e *Isto é*); a revista brasileira “*Veja*” lançada em 1968; e a revista portuguesa “*Visão*”, lançada em 1993.

aos avanços tecnológicos no período de sua criação e das mudanças tecnológicas ao longo desse período⁶³. Além disso, tendo ela abordado as revistas tanto como “objeto de análise” quanto como “fonte” histórica, apresentou-nos um panorama relativo ao público leitor e à sua ampliação, aos imaginários referentes aos objetos de leitura e à *recuperação do universo mental do período*. Segundo ela, ao longo do século XIX, na Europa principalmente,

Intermediando o jornal e o livro, as revistas prestaram-se a ampliar o público leitor, aproximando o consumidor do noticiário ligeiro e seriado, diversificando-lhe a informação. E mais – seu custo baixo, configuração leve, de poucas folhas, leitura entremeada de imagens, distinguiu-a do livro, objeto sacralizado, de aquisição dispendiosa e ao alcance de poucos.

(MARTINS, 2001, p. 40).

No que toca à criação e caracterização da revista no universo dos periódicos brasileiros entre os objetos culturais, no final do século XIX, início do XX,

[...] não seria abusivo admitir para aqueles idos que – tanto quanto o jornal, porém mais que o livro –, a revista era o instrumento eficaz de propagação de valores culturais, dado seu caráter de impresso do momento, condensado, ligeiro e de fácil consumo. Acrescente-se a isso, por vezes, uma aparência luxuosa, divulgando, através da ilustração, propagandas e mensagens aliciadoras [...] atingindo com presteza uma gama expressiva e diferenciada de leitores.

(MARTINS, 2001, p. 27)

No caso das revistas no Brasil, no início do século XX, estabeleceram-se as diferenças entre o livro e o jornal graças a algumas especificidades, por exemplo, pela periodicidade, que a aproximava do jornal e que a distanciava do livro; pela capa, comum ao livro mas inexistente no jornal; pela temática, estreitamente ligada a uma certa temporalidade mais próxima do

⁶³ Para um levantamento histórico das primeiras revistas periódicas ver CHARTIER & MARTIN (1985). De modo mais resumido, ver MARTINS, A. L., Ilustração e Universalização. In: *Revistas em Revista*, São Paulo: Editora da USP/Imprensa Oficial do Estado, 2001 (p. 38-44).

jornal que do livro; pelo modo de ocupação do texto nas páginas, diferente do livro (que apresenta o texto apenas em uma grande coluna), próxima do jornal (em que figura distribuído em várias colunas) etc.. Um certo estatuto simbólico diferenciado do jornal foi instituído, quando da origem da revista, graças ao prestígio dos tipos de textos que figuraram nas páginas das primeiras revistas: as contribuições literárias e os projetos culturais. Embora não gozasse do prestígio do livro, é preciso considerar que originalmente a revista foi um artigo de consumo elitizado, sobretudo no Brasil com suas taxas de alfabetização ainda muito baixas.

Entre o final do século XIX e o início do século XX o espectro temático das revistas se ampliou, assim como o número de ilustrações. Segundo Martins, com base no modelo francês (*Revue des deux mondes*), as revistas brasileiras adotaram uma crescente diversificação temática e dispuseram de *muita gravura, intensa propaganda e a venda da imagem do progresso* (2001, p. 92).

A profissionalização do jornalismo, que divulgava e remunerava os escritores de então, como os literatos brasileiros, as inovações técnicas no tratamento gráfico e os recursos sofisticados no tratamento das ilustrações responsáveis pela transformação plástica da revista, acenaram para uma mudança na definição do público de revista, caracterizado, por sua vez, por uma nova temporalidade: para *tempos de cultivo da rapidez* (MARTINS, 2001, p. 150). Opta-se, a partir de então, por gêneros textuais mais breves. Entre os gêneros literários, adota-se a crônica e gradualmente o artigo e a reportagem (esta última, caracterizada sobretudo pelas ilustrações fotográficas e pelo sensacionalismo das informações).

Apesar de aparentemente a revista não ter sofrido, desde então, grandes alterações conceituais, são significantes as mudanças das técnicas de produção desse último século.

Conceitualmente, a revista continua oferecendo aos leitores um amplo leque de questões de ordens variadas, política, social e cultural, por meio de textos breves, *de caráter lúdico, de leitura amena e ligeira* (MARTINS, 2001, p. 21), com uma apresentação que atrai a

atenção, que facilite o reconhecimento das temáticas e a necessária seleção dos textos conforme o interesse de cada leitor. Se a revista nasce num período em que o jornalismo transformava-se em grande empresa e os periódicos eram criados para vender e gerar lucro, ela também participou da instituição e suprimento de demandas, por meio do *comprometimento apriorístico com aquilo que o leitor queria ler e 'ouvir'* (MARTINS, 2001, p. 22). Daí, desde sua criação, a revista incentivar e atender a uma segmentação do público, seja pela multiplicidade temática presente em cada exemplar desse objeto, seja pela progressiva segmentação dos tipos de revistas atualmente oferecidos aos mais diversos grupos, contribuindo para a própria configuração dos mesmos.

No entanto, apesar de uma manutenção conceitual desse objeto cultural, técnica e tecnologicamente, a revista sofreu alterações em sua apresentação, as quais são importantes para nós em nossa análise discursiva, porque essas mudanças na forma material, na *mise en page* dos textos da revista são índices semiológicos a partir dos quais podemos identificar representações acerca do leitor. Com a criação de uma nova técnica de escrita como a digital, que apresenta os textos em um outro suporte e os apresenta em conformidade com os recursos que essa nova tecnologia permite, vemo-nos diante de possíveis mudanças nas práticas de escrita e leitura e nas representações dessas práticas. Diante da digitalização dos textos, de sua imaterialidade, de sua circulação 'sem-limites', de sua reconfiguração dos formatos, o impresso, e mais especificamente os textos de revista impressa podem sofrer mudanças, que são para nós o ponto de partida para compreender as representações e as eventuais mudanças recentes nessas representações. Assim, observamos nessa escrita da revista a aproximação das técnicas de escrita próprias a novos meios de produção e circulação dos textos, como a televisão e o computador, bem como a apropriação das representações de leitura dos textos inscritos nesses novos meios.

As mudanças nos tipos de letra, de papel, de ilustração, além de serem fruto das conquistas técnicas da imprensa, são também simbólicas, dado os modos de exploração dessas técnicas na escrita, na produção da revista impressa e na instituição de imaginários. A mais expressiva dessas mudanças técnicas é, sem dúvida, a sofisticação da ilustração, mais especificamente da expansão do uso da fotografia. A emergência e a consolidação da revista periódica na imprensa brasileira foi responsável, inclusive, pelo próprio desenvolvimento e refinamento de recursos técnicos de ilustração dos textos, até então muito limitados. No contexto brasileiro esse gênero de impresso assemelha-se, em sua origem, com o jornal, *do qual, no passado, se aproximava tanto na forma – folhas soltas e in folio – como, por vezes, na disposição do conteúdo, isto é, seções semelhantes* (MARTINS, 2001, p. 43). A diferença da forma da revista em relação ao jornal se estabelece quando da criação da capa e do aumento das ilustrações.

Historicamente, a revista de informação semanal, como a conhecemos hoje, é herdeira de dois tipos de revista impressa quando de sua diferenciação do jornal: do *hebdomadário* e do *magazine*. É o que nos esclarece Martins (2001): o primeiro, diferentemente do jornal, a partir de 1758 na Europa, *conta com uma periodicidade semanal, de cunho informativo técnico e político*; o segundo, por volta de 1776, *apresenta-se como revista ilustrada por excelência, representativa de uma demanda de caráter ligeiro e de teor fortemente publicitário* (MARTINS, 2001, p. 43). Dessa confluência de traços caracterizou-se o gênero tipográfico atual conhecido como *news magazine*. A revista norte-americana *Time* foi uma das pioneiras nesse gênero e, por isso, apresentou-se como modelo para várias revistas, entre elas a revista *Veja*, no Brasil.

Tendo iniciado este capítulo remontando historicamente à constituição desse objeto cultural, a revista impressa, e da constituição do gênero tipográfico *news magazine*, destacamos agora algumas especificidades referentes a esse gênero tipográfico e posteriormente

buscaremos, para uma melhor apreensão dos aspectos gerais de sua produção, das técnicas de escrita que lhe são peculiares, empreender uma análise das particularidades de nosso objeto, a revista impressa de informação semanal, *Veja*.

Considerando os aspectos gerais do gênero editorial *news magazine*, podemos estabelecer uma caracterização dos tipos de textos que o compõem, a partir de uma macro-divisão entre dois gêneros textuais que predominam em revistas semanais de informação, a saber, **texto editorial**⁶⁴ e **texto publicitário**. Levantamos, com vistas a caracterizar seus textos, algumas estratégias relativas à exploração das diferenças próprias a cada gênero (*conteúdo temático, estilo verbal e construção composicional*) e de suas semelhanças (sua co-presença em um mesmo *gênero tipográfico* e em um mesmo *suporte*). Essas identidades e diferenças constituem-se como regras de separação entre esses tipos de textos, no interior da revista, enfim, como uma espécie de garantia de que cada texto apresenta suas propriedades específicas, suas características próprias, há muito conhecidas e por isso mesmo facilmente reconhecíveis pelo leitor.

Observamos, atualmente, uma maior flexibilização dessas regras de separação entre os textos editoriais e publicitários, apesar das regulamentações contrárias a esse respeito. Essa observação nos levou a refletir sobre o que poderíamos chamar de uma expansão estratégica dos gêneros textuais, a exemplo da noção de *élargissements du genre*, empregada por Jauss ([1970] 1986), referente ao caráter relativamente transitório dos gêneros literários e dos processos de formação de novos gêneros, entre eles o processo de transformação de um gênero em outro. Essa expansão estratégica do gênero se manifesta, assim, tanto, sob a forma de

⁶⁴ Conforme a denominação empregada pela ANER (Associação Nacional dos Editores de Revista) que divide os textos de revista entre “textos editoriais”, ou seja, textos de origem editorial, de responsabilidade da instituição midiática, e “textos publicitários”, ou seja, de origem publicitária, de responsabilidade de agências especializadas em publicidade e propaganda, ou pelos próprios anunciantes. Em detrimento de uma variedade de outros gêneros editoriais que compõem o rol de textos informativos de uma revista, como notas, carta ao leitor, notícia, entrevista, artigo, charge, crônica, entre outros, daremos maior atenção às reportagens, tipo predominante (em número e em extensão) entre os textos editoriais de revista de informação.

alguns ‘empréstimos’ de um gênero a outro, quanto, na própria constituição de um novo gênero, como veremos a seguir.

Esses empréstimos ocorrem, entre outros fatores, graças à co-presença desses gêneros, como dissemos, em um mesmo gênero tipográfico e em um mesmo suporte, os quais lhes oferecem as condições necessárias de seu estabelecimento, contribuindo para a possível formação de novos gêneros textuais, como é o caso dos Informes Publicitários e das Publireportagens.

Segundo Jean-Marie Charon,

As revistas, mesmo que haja, ainda hoje, gradações de uma família a outra, ou de um título a outro, constituem a forma de mídia em que a proximidade entre o conteúdo redacional e a publicidade é a maior.⁶⁵

(CHARON, 1999, p. 94)

O autor acrescenta que essa proximidade⁶⁶ não se dá no processo de produção dos textos, uma vez que jornalistas e profissionais da publicidade trabalham, *a priori*, separadamente. Ela é estabelecida pelos redatores chefes que se ocupam dos contatos com o serviço de publicidade que, por vezes, eles mesmos regem. Segundo a ANER (Associação Nacional dos Editores de Revista) – instituição brasileira que controla e avalia a edição de revistas no Brasil, que se ocupa da definição dos princípios éticos da edição e de seu cumprimento por parte dos associados – é preciso, dentre outros princípios:

1. Manter a independência editorial, trabalhando exclusivamente para o leitor;

⁶⁵ “Les magazines, même si, là encore, des graduations existent d’une famille à l’autre ou d’un titre à l’autre, constituent la forme de média où la proximité entre le contenu rédactionnel et la publicité est la plus grande.” (CHARON, 1999, p. 94).

⁶⁶ Essa proximidade refere-se tanto a uma disposição espacial, a saber, à ordenação das páginas dos textos editoriais e publicitários, o que viabiliza a inserção de uma página publicitária entre páginas de um texto editorial (proximidade física); quanto a uma disposição ideológica, qual seja, à criação de *links* entre esses textos, a partir de ‘lugares de memória’, que possam relacioná-los, produzindo dentre outros efeitos o de extensão dos valores de um texto publicitário num texto editorial vizinho, ou presente no mesmo exemplar da revista, e vice-versa. (cf. BARZOTTO 1998, 2001a; CURCINO FERREIRA 2003, 2004).

2. Diferenciar espaço editorial e espaço publicitário de maneira facilmente identificável pelo leitor.

(Disponível no *site* da ANER, acesso em 03/10/2005)

Considerando que a revista é um suporte privilegiado para promover a publicidade, graças a essa maior proximidade entre textos de gêneros diferentes, e a preocupação ética que deve contrabalançar as relações entre informação e publicidade que são veiculadas nesse suporte, analisamos os modos de constituição da “*expansão*” dos gêneros, o que se dá no limite dessas duas orientações. Nosso interesse na análise dessa “*expansão*” reside no fato de que as mudanças sofridas pelos gêneros, os empréstimos de um em relação ao outro, podem nos indicar algumas projeções de práticas de leitura. Para isso, evidenciamos de início algumas das características dos gêneros “texto editorial” e “texto publicitário”, com vistas a explorarmos melhor suas especificidades e seus eventuais ‘diálogos’ sob a forma dos Informes Publicitários ou das Publireportagens.

3.1. O TEXTO EDITORIAL

O texto editorial caracteriza-se como a informação. É onde, hipoteticamente, concentra-se o interesse dos leitores e é graças ao tipo de informação veiculada e seu direcionamento a um público específico que se pode definir o segmento ao qual pertence a revista. O texto editorial, assim como o maioria dos gêneros textuais em revista, apresenta-se como um texto multimodal, porque se compõe não só de formas verbais (modalidade lingüística), mas também de formas não-verbais (imagens, infográficos). Aliás, o nascimento das revistas impressas de informação semanal, no período entre guerras, relacionou-se diretamente, segundo Charon (1999), à criação e à atualização de formas de tratamento da fotografia, da cor, da impressão e da qualidade do papel, dado que as revistas desenvolveram-se a partir da *íntima combinação de duas narrativas que se estabelecem mutuamente, a do visual e a do texto*⁶⁷ (CHARON, 1999, p. 4). O autor afirma que as revistas, em sua diversidade entre gêneros tipográficos, caracterizam-se não somente pelo tipo de informação veiculada, antes, sua diferenciação *se situa na sua forma, na sua ilustração, na qualidade de seu papel, nas suas estruturas e métodos de produção, sem falar de sua periodicidade*⁶⁸ (CHARON, 1999, p. 79).

Considerando essa observação de Charon, e apoiados nos estudos da História Cultural da leitura, bem como nas questões em torno da materialidade discursiva, buscamos traçar as confluências estabelecidas entre essas várias instâncias de manifestação discursiva dos textos na revista, enfim, as relações de **homologia** estabelecidas entre essas instâncias no que concerne à produção de um determinado efeito de sentido, ou no caso de nosso objetivo principal, em relação à inscrição discursiva de uma determinada representação de leitor.

⁶⁷ “[...] la combinaison intime de deux récits qui s'épaulent mutuellement, celui du visuel et celui du texte.” (CHARON, 1999, p. 4)

⁶⁸ “[...] se situe dans sa forme, son illustration, la qualité de son papier, ses structures et méthodes de production, sans parler de sa périodicité [...]” (CHARON, 1999, p. 79).

Considerando, pois, o caráter multimodal dos textos de revista, apresentamos na sequência as especificidades quanto ao emprego da língua e da imagem no texto editorial.

AS ESTRATÉGIAS VERBAIS EMPREGADAS NO TEXTO EDITORIAL

Empregando um modo narrativo de estruturação dos textos, jornalistas e repórteres têm por objetivo contar boas histórias de modo claro, objetivo, fluente. Para isso, contam suas histórias em 3ª pessoa e os substantivos devem predominar em relação aos adjetivos. Não pode haver repetição excessiva de palavras e é preciso que se privilegie sintaticamente as frases curtas (de no máximo 15 a 20 palavras), em ordem direta⁶⁹.

A escrita jornalística deve contar ainda com uma ordem de apresentação do texto do tipo “pirâmide invertida”, que corresponde a apresentar o mais importante no início do texto, ou seja, no primeiro parágrafo, também conhecido como *lead*, conforme modelo de escrita adotado pelos norte-americanos em seus periódicos, onde devem ser respondidas as questões “o quê?”, “quem?”, “quando?”, “como?” e “por que?”. (SCALZO, 2003).

Essas conhecidas técnicas de escrita do texto jornalístico são índices que apontam para uma certa representação das práticas de leitura de que nos valem atualmente. Essas representações, subjacentes ao modo como se escolhe, se organiza e se apresenta uma certa modalidade lingüística nos textos editoriais, simulam uma prática de leitura voltada para a extensividade, a saber, uma prática realizável de modo relativamente rápido, com vistas a possibilitar a leitura de vários outros textos. A possibilidade de se percorrer vários textos, cobrindo uma variedade de assuntos, materializa-se através desse tipo de atualização

⁶⁹ Como exemplo ‘limite’, como uma caricatura dessa perspectiva organizacional do texto midiático impresso, faremos referência aqui a uma espécie de matemática morfo-sintática proposta na “fórmula de eficácia” de François Richaudeau, autor do livro “*Méthode complète des lectures rapides*” (disponível no site <http://www.cybertribes.com/lisibilite.html> - consulta realizada no dia 17/10/2005) no qual propõe fórmulas de leitura dinâmica voltadas para a formação de jornalistas. De acordo com essa fórmula, a largura média da “sub-frase” (unidade significativa da leitura) deve ser de 15,3 palavras, o que pode variar dada algumas circunstâncias, por exemplo, para um texto abstrato lido por um leitor medíocre a média de palavras é de 9,8 palavras, enquanto para um texto narrativo lido por um bom leitor, a média é de 26,2 palavras aproximadamente. Acrescenta ainda que o leitor lembra-se melhor de frases que, em média, tenham 12 palavras, e de que ele retém melhor o começo da frase, por isso a informação mais importante deve figurar no início.

lingüística em consonância com uma política editorial de facilitação, de abreviação, enfim, de simplificação do texto.

A representação de um leitor que lê superficialmente, de modo extensivo, inscrita nas escolhas lingüísticas, tanto lexicais, quanto sintáticas, bem como no modo de apresentação inicial peculiar aos textos editoriais da revista não se trata, obviamente, de um segredo de estado, antes o contrário. Nem nosso objetivo aqui é o de apresentar, ao final desta, uma lista de características do leitor, propriamente dito, mas levantar algumas representações a partir do exercício de análise da materialidade discursiva, desse objeto cultural específico. Visamos, então, muito mais o processo metodológico de apreensão dessas representações do que propriamente as representações, com um fim nelas mesmas. Nos interessa aqui, portanto, vale repetir, mais do que identificar essas representações, compreender como é possível identificá-las a partir de sua inscrição num objeto cultural dado, como a revista, e por meio de quais regularidades discursivas é possível vislumbrar essa imagem do leitor.

A extensividade, que pode caracterizar algumas práticas de leitura contemporâneas, incentivada pela escrita simplificada dos textos editoriais de revistas de informação, indica-nos a projeção de um leitor que precisa de informações, do maior número delas possível, comportando o maior número de assuntos gerais, sem que sua leitura demande grandes esforços para a sua apreensão e compreensão, ou que lhe ocupe muito tempo.

O trabalho do jornalista ou do réporter com a linguagem reside, então, sobretudo no estabelecimento objetivo da informação e na simplicidade do estilo de escrita. Segundo Scalzo, jornalista responsável pelo Curso Abril de Jornalismo,

escrever com substantivos é melhor do que lançar mão de adjetivos indiscriminadamente. Isso é o segredo da boa apuração. Sabendo, por exemplo a altura precisa de um homem ou de um edifício, você não vai escolher dizer que eles são ‘muito altos’ ou ‘muito baixos’. Sabendo o número exato e lugar onde um fato aconteceu, você vai retirar os tão

imprecisos quanto comprometedores ‘aproximadamente’ e os ‘cerca de’ de sua matéria.

(SCALZO, 2003, p. 58)

Essa busca pela concisão da escrita reflete-se nas outras instâncias de materialização do texto. O modo como o conteúdo é manifestado lingüisticamente, orientado para simplicidade e precisão, é desdobrado na *mise en page* do texto, bem como na materialização do texto no suporte. Trata-se de uma **homologia semiológica** em que diferentes instâncias da materialização de um conteúdo (certas escolhas na língua, na *mise en page*, no suporte) apresentam um desdobramento das representações das práticas de leitura esperadas para o texto. Assim, concisão, simplicidade, aeramento e descontinuidade na escrita implicariam numa leitura rápida, acessível, descontínua, vislumbradas não apenas nas escolhas verbais, mas também nas demais instâncias responsáveis pela materialidade dos textos.

Com vistas à dinamicidade da linguagem em consonância com a fugacidade dos acontecimentos relatados nesse tipo de texto, projeta-se um tempo para leitura também fugaz, exigindo informações rápidas e concisas, dispostas de modo a facilitar o passeio do olhar sobre a página.

Em relação à preocupação com o tempo do leitor, logo, com o tempo de que ele dispõe para a leitura, encontramos uma curiosidade bem interessante e emblemática dessa estratégia de escrita que visa à agilização do olhar leitor. Essa preocupação fez com que num dos exemplares de uma das principais revistas semanais ilustradas do Brasil, no século XX, a revista *O Cruzeiro*, lançada em novembro de 1928 e que na década de 30 foi a revista de maior circulação no país, trouxesse estampada ao lado de cada texto a indicação do tempo necessário para a sua leitura. Conforme um dos vários exemplos apresentados pela historiadora Marialva Barbosa (2002), no exemplar de 01/11/1930 indica-se, ao lado da entrevista com o presidente

de Portugal, Oscar Carmona, o tempo de 13 minutos e 20 segundos referentes à duração da leitura desse texto⁷⁰.

As escolhas lingüístico-gramaticais para a composição da modalidade verbal do texto não se dão apenas a partir da forma lingüística mas também a partir da exploração de sua substância da expressão. Assim, essa modalidade de linguagem deve ser empregada de modo a contribuir com uma maior liberdade do olhar leitor sobre a página, tanto a partir da contribuição das formas lingüísticas que são empregadas (o emprego de mais substantivos, por exemplo) quanto a partir da contribuição da substância da expressão (extensão das palavras, cor da tinta, tipo e tamanho da fonte).

A modalidade verbal deve, então, ser apresentada do modo mais confortável possível para o olhar. Deve permitir ao leitor uma diminuição das paradas da vista, ou seja, permitir que o movimento sacádico característico do processo de decodificação verbal alongue-se, seja feito em intervalos de tempo e espaço maiores.

Para isso, do ponto de vista da forma da língua, o emprego de um vocabulário facilmente reconhecível, médio, juntamente com o emprego de expressões conhecidas culturalmente (como analisaremos no item 3.3, quando tratarmos da repetição de formulações e de imagens nos textos da revista), contribui para um reconhecimento mais rápido das palavras, das frases, das orações, que não precisam e não são, geralmente, percorridas completamente pelo olhar. Dito de outro modo, o emprego de um vocabulário mais corrente, de expressões cristalizadas, de uma estrutura frasal tradicional e simples (sujeito, verbo, complemento) permitem o reconhecimento da totalidade da palavra, da totalidade da expressão e da totalidade da frase, já nas primeiras letras e sílabas, nas primeiras divisões e disposições de palavras que constituem essas estruturas. Assim, toda essa lógica de organização das unidades gramaticais no texto compõe a escrita jornalística, possibilitando ao leitor um exercício de leitura-

⁷⁰BARBOSA, M. "O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. In: Ciberlegenda, nº 7, 2002. (site consultado dia 23 de Setembro de 2006, <http://www.uff.br/mesticii/marial6.htm>)

decodificação também baseado em inferências do que propriamente na realização do percurso linear do olhar sobre a cadeia de palavras.

Tornar, portanto, o mais saliente possível as palavras no texto acelera o movimento do olho e libera o leitor da linearidade, dinamizando com isso o processo e permitindo a seleção de outros percursos. Para acelerar o processo de decodificação das palavras por parte desse leitor sem tempo, a escrita jornalística cuida da organização e da apresentação da informação verbal do texto. Essa organização e apresentação contribuem para facilitar o processo de seleção do que ler, processo que se dá em duas instâncias: a primeira diz respeito à seleção entre os textos da revista e a eleição daqueles que serão lidos; a segunda diz respeito à seleção de fragmentos no interior de um texto, fragmentos capazes de incitar sua leitura além de fornecer a impressão de compreensão geral do conteúdo. Em relação à escolha, num texto, de alguns fragmentos a serem lidos, podemos apontar duas técnicas relativamente correntes na revista, hoje: a técnica de destaque do *lead* e a técnica da enumeração⁷¹.

Antes de apresentarmos algumas considerações sobre essas duas técnicas, faremos uma breve digressão histórica com vistas a exemplificar como se pode inferir práticas de leitura a partir da observação de algumas práticas de escrita.

Em sua pesquisa sobre a cultura popular e a caracterização de seu leitor, ou melhor, das práticas de leitura consideradas populares, durante o Antigo Regime, na França, Roger Chartier questiona a divisão que se estabelecia entre cultura popular e erudita para mostrar como eram fluidos os limites que separavam popular e erudito de acordo com as correspondências sócio-econômicas dos grupos sociais. Como o autor afirma, *não é tão simples, como se pensava, sobrepor clivagens sociais e diferenças culturais* (CHARTIER, [1987] 2004, p. 9). Ele, então,

⁷¹ Vale lembrar que ao tratar desse destaque do *lead* e da enumeração, encontramos, aqui, num dos limites que definiriam até onde as estratégias de escrita da mídia operam com a língua, em sua materialidade lingüística, mas também na sua materialidade visual dessa linguagem verbal na página. É justamente porque a passagem de uma instância de materialização à outra não é facilmente reconhecível que essas mesmas considerações sobre a enumeração poderiam ser apresentadas no subtópico adiante sobre os processos de imagnetização do texto editorial, mais especificamente, na consideração da tipografia como imagem, onde nos deteremos na exploração desse aspecto visual das palavras na escrita dos textos da revista.

se volta para a análise de um *corpus* de livrinhos baratos, de grande circulação, produzidos primeiramente pelos editores em Troyes, no século XVII. Sua produção desenvolveu-se extensivamente nos dois séculos seguintes. Esses livrinhos ficaram conhecidos como *Bibliothèque Bleu* (cf. nesta tese, p. 99), os quais se acreditava corresponderem a objetos culturais voltados para o povo e por ele consumidos⁷². Chartier, no entanto, chama a atenção dos estudiosos para o fato de que, em sua maioria, os textos que compunham o rol da *Bibliothèque Bleu* pertenciam

a todos os gêneros, a todas as épocas, a todas as literaturas; todos, ou quase todos, de origem letrada e erudita: como os romances de cavalaria, os contos de fadas, os livros de devoção, as obras práticas.

(CHARTIER, [1987] 2004, p. 9)

Considerando que esses livrinhos foram um fenômeno de venda, entre os séculos XVII e XVIII, e não sendo possível caracterizar seu leitor como popular apenas com base nos textos, Chartier buscou, então, caracterizar as representações do leitor inscritas nesse tipo de objeto cultural a partir da análise da intervenção dos editores na forma de apresentação desses textos. Os editores intervinham nos textos, reduzindo-os, censurando algumas de suas partes, remanejando outras. Na fabricação desses livrinhos azuis eram empregados tipos de fontes já gastos, imagens xilogravadas que, por vezes, não correspondiam necessariamente à temática específica dos livros, mas eram aquelas de que dispunham os editores. Entre outras características materiais, esses livrinhos eram encadernados e encapados com um papel azul, capa na qual nem sempre constava o nome dos impressores nem os selos de autorização de publicação que eram recobertos por pequenas figuras etc. Assim, estabeleceu-se por meio dessa prática editorial uma cisão entre *objeto nobre, cuidado, encadernado, preservado, de um*

⁷² Conforme Chartier, a criação editorial e a difusão desses livrinhos baratos não se trata de fenômeno exclusivamente francês. Assim como a *Bibliothèque Bleu*, na França, entre os séculos XVII e XVIII, desenvolveram-se os *chapbooks*, na Inglaterra, e os *pliegos de cordel*, no século XVIII, na Espanha. Para uma descrição detalhada, ver CHARTIER, R. ([1987] 2004), mais especificamente o tópico sobre “Os livros azuis”.

lado, e objeto efêmero e grosseiro, de outro. Pela forma e pelo texto, o livro torna-se signo de distinção e portador de uma identidade cultural (CHARTIER, [1987] 2004, p. 129).

As intervenções editoriais nos textos da *Bibliothèque Bleu* são, segundo o autor, de três ordens: A primeira foi uma remodelação da apresentação do texto dividindo-o em unidades menores, *multiplicando os capítulos, mesmo que essa divisão não tenha nenhuma necessidade narrativa ou lógica, e aumentando o número de parágrafos – o que torna menos densa a distribuição do texto sobre a página* (CHARTIER, [1987] 2004, p. 271). A segunda intervenção editorial foi uma estratégia de redução e de simplificação dos textos, eliminando descrições extensas, e, por vezes, no caso dos romances, retirando narrativas inteiras consideradas supérfluas. Redução que não se dá apenas no nível do texto, mas também no nível das frases, ou seja, realizava-se também uma depuração de *orações relativas ou incisivas, a supressão de numerosos adjetivos ou advérbios* etc. (CHARTIER, [1987] 2004, p. 272). A terceira intervenção foi de ordem moral e religiosa e fundamentava-se na censura rigorosa de todas as referências ao corpo e ao sexo e às descrições sensuais, assim como as referências à religião e àquilo que parecesse blasfematório. Segundo o autor, *os impressores troyenses participam, portanto, da reforma católica não somente editando manuais de devoção e exercícios de piedade, mas, ainda, depurando os textos de ficção dos sacrilégios e imoralidades* (CHARTIER, [1987] 2004, p. 273).

A descrição, então, das características dessa *comunidade de leitores*, inscritas nas páginas dos livrinhos azuis, nos ajuda a entender como podemos ‘fazer falar’ a materialidade da revista a respeito de seus leitores.

As técnicas de **destaque do lead** e **da enumeração**, como dissemos, parecem-nos ser alguns dos protocolos editoriais a partir dos quais podemos aventar algumas práticas pressupostas de leitura.

O **destaque do *lead*** tem sido empregado com vistas a separá-lo e a torná-lo mais saliente em relação ao restante do texto. Trata-se de destacá-lo seja por meio de sua disposição em página diferente do restante do texto, seja pelo emprego de uma fonte significativamente maior do que a do restante do texto. Acompanhando, em geral, a imagem fotográfica que, graças à sua ampliação, ocupa as duas páginas iniciais das reportagens, o *lead* (ou lide) conta com uma apresentação privilegiada ⁷³. Trata-se, portanto, de um *protocolo de leitura* que, em função de sua apresentação, garante a leitura das informações consideradas mais importantes ou mais impactantes do texto.

Nesse texto, em particular, além de essa forma de apresentação do *lead* funcionar como anúncio-resumo do conteúdo da reportagem, seja como incentivo à leitura, seja como ‘autorização’ para a não-leitura do texto em sua totalidade, ela também participa da homologia semiológica entre os diversos elementos presentes nessas duas páginas iniciais que visam a orientar a leitura. Juntamente com o título, o subtítulo, a imagem fotográfica e a legenda, o *lead* desdobra discursivamente aquilo que é preciso saber antes de ler o texto, ou aquilo que é preciso saber caso não se leia o texto em sua totalidade.

⁷³ Cf. Figuras 1, 14, 16, 19, 20, 34, neste capítulo, exemplos que ilustram o destaque do *lead*.



No exemplar de Veja, número 34, de 30 de agosto de 2006, a matéria, de capa, intitula-se: AÇUCAR: NOVAS RAZÕES PARA TER MEDO DELE. No interior do exemplar, ocupando as páginas 88 até 98, a reportagem apresenta também um título ‘assustador’ que anuncia: AÇUCAR: O PERIGO BRANCO. Nas páginas 88 e 89 tem-se, então, uma breve introdução do texto que, a partir da página 90 é apresentado sob a forma de uma **enumeração**.

Essa enumeração (Figuras 2 e 3) organiza-se em *12 perguntas mais freqüentes* sobre o assunto, seguidas de suas respectivas respostas *com base nas descobertas mais recentes* sobre o *doce pó branco*. A organização com base em perguntas e respostas otimiza a seleção do olhar leitor, o que é potencializado pelos recursos gráficos empregados na escolha da tipografia ou na organização e na distribuição do texto em pequenas porções, indicadas sequencialmente por números.



Figura 2 - Veja, 30 de Agosto, 2006, p. 90, 91

Outro exemplo do emprego dessa técnica de enumeração (Figura 4) encontra-se no exemplar de *Veja* de 6 de setembro de 2006, designado na capa como “Especial 11 de Setembro”, anunciando com o título O FIM DA PRIVACIDADE e como subtítulo E OUTRAS 49 MUDANÇAS QUE OS ATENTADOS PROVOCARAM.

Nesse exemplo, a fragmentação do texto é ainda mais visivelmente constatável, inscrevendo uma prática de leitura nessa prática de escrita. Trata-se de uma espécie de multiplicação de títulos breves e impactantes, de ‘chamadas’ que antecipam o conteúdo daquilo que será enunciado no interior do fragmento. Por um lado, essa escrita abrevia a informação ampliando os espaços brancos do texto, por outro possibilita a leitura e a retomada de fragmentos particulares. Seletividade e rapidez na leitura figurativizadas sob a forma de enumeração.



Figura 4 - Veja, 6 de Setembro, 2006, p. 88, 89

Assim, vemos que nas páginas da revista se inscreve uma prática de escrita e de leitura aparentemente correspondentes, mas relativamente diferentes daquelas dos editores de Troyes e da comunidade de leitores que consumia os livrinhos azuis da *Bibliothèque Bleu*. Estes eram representados nesse tipo de objeto cultural como leitores não muito exímios, que precisavam

de um texto curto com seqüências breves e fechadas. Os leitores projetados nas técnicas de escrita da revista *Veja*, diferentemente daqueles a quem eram destinados os livrinhos azuis, são leitores hábeis – no sentido de que são alfabetizados e dominam os gêneros textuais presentes nesse objeto cultural – que manuseiam um repertório extenso de informações, o que em função de seu volume e a escassez de tempo para apreendê-las não prescindem da ajuda de um editor que se valendo da tecnologia disponível, possa lhes apresentar as informações de modo direto e direcionado, ou seja, de modo resumido, preciso e facilmente identificável.

A técnica da **enumeração** é, entre outras, a evidenciação da autonomia das partes de um texto e a ‘autorização’ para uma leitura entrecortável, para uma leitura que pode ser retomada ou abandonada a qualquer momento. Trata-se, portanto, do emprego de uma sintaxe desdobrada: do verbo e da imagem do verbo.

O destaque do *lide* e o emprego da enumeração, como dissemos, encontra-se no limite das técnicas de escrita que mobilizam o verbal e o não-verbal no estabelecimento dos textos editoriais da revista. O apelo imagético dessas duas técnicas de apresentação do verbal, de organização do texto numa sintaxe antes plástica do que propriamente lingüística, é o tema que desenvolvemos no próximo item.

3.1.2. AS ESTRATÉGIAS IMAGÉTICAS EMPREGADAS NO TEXTO EDITORIAL

O uso de imagens na revista impressa define a própria especificidade desse gênero editorial, como o conhecemos hoje em dia, em relação aos demais periódicos (jornal, revistas científicas).

Uma imagem em particular, a fotografia, contribuiu para a velocidade na produção e na transmissão da informação. Diferentemente dos métodos artesanais de produção de imagens, como as iluminuras, as xilogravuras, as litogravuras e as águas-fortes, o método fotoquímico de reprodução de imagens agilizou o processo de escrita garantindo, em relação à letra, uma maior eficácia na produção de certos sentidos.

A apreciação de Charon (1999), que apresentamos à pouco, sobre a distinção entre a materialidade do texto e sua informação, e da importância e mesmo predominância da primeira em relação à segunda, sinaliza-nos um imaginário sobre as práticas de leitura contemporâneas, a partir das quais a forma e o modo de exposição dos textos são organizados com vistas a uma legibilidade que garanta atalhos para a leitura, por meio dos quais o leitor possa realizar uma leitura dinâmica, seletiva e periférica dos textos. Nessa perspectiva, **a forma de apresentação do conteúdo torna-se conteúdo.**

As imagens, portanto, funcionam como atalhos, são um dos recursos de promoção de leitura panorâmica do texto, orientando a eleição e seleção dos textos de interesse do leitor.

Graças às imagens, mas também à composição do texto na página, aos destaque de títulos, de subtítulos, de frases retiradas do interior do texto etc., notamos a promoção da legibilidade por meio de um processo ao qual poderíamos chamar de “imagnetização” do texto.

Com vistas a tentar traçar algumas regularidades desse processo de imagnetização do texto, buscamos agora refletir sobre o aumento da variedade, da quantidade e do tamanho das

imagens *stricto sensu* (tais como a fotografia), mas também de uma apresentação do texto como imagem.

Podemos distinguir nesse processo de “imagetização” dos textos na revista três modalidades de escrita: a tipografia (fontes), a infografia (gráficos, esquemas, mapas, quadros etc) e a fotografia.

TIPOGRAFIA

A importância da linguagem visual nos textos de revista manifesta-se no estabelecimento de uma *mise en page* na qual o texto editorial, em sua totalidade, é apresentado como uma imagem. A divisão e disposição na página, a manipulação quanto ao tamanho e as cores de fonte e sua relação com ilustrações (fotografias e infográficos, por exemplo), contribuem para uma composição imagética da tipografia. As artes gráficas e a publicidade apresentam, há algum tempo, a tendência a considerar as letras do alfabeto como ícones gravados, nas palavras de Marshall McLuhan,

O modo como a imprensa utiliza as letras nas manchetes tende a lhes dar uma forma icônica, quase uma ressonância acústica, assim como uma qualidade escultural e tátil.

(McLUHAN, [1964] 2002, p. 186).

A exploração do aspecto visual das letras e do aspecto imagético da tipografia deve-se à capacidade do leitor de reconhecimento de um vocabulário visual. Esse emprego não é um fato recente. Segundo Anne-Marie Christin (1995), a escrita já nasce como imagem. Bem mais tarde, as letras capitais, correntes nos escritos medievais, são um exemplo concreto dessa relação. As capitulares, como também são conhecidas, apresentavam-se como uma escrita mista: uma letra em filigrana com uma imagem. O acionamento dos sentidos pela imagnetização dessa letra, além do caráter estético e de rarefação do objeto, definia também o próprio gênero do texto, ou seja, *sua localização num manuscrito revelava o tipo desse manuscrito em sua categoria*⁷⁴ (TOUBERT, 1989, p. 119). Além do valor ornamental, sua função como *protocolo de leitura* era indicativa ora de início de capítulo, ora de subdivisões do texto, ora da

⁷⁴ “leur emplacement dans un manuscrit révélait le type de ce manuscrit dans sa catégorie” (TOUBERT, 1989, p. 119)

importância do tema, ora ainda da especificação do gênero textual. Em função de seu emprego era possível reconhecer um gênero textual.

Roland Barthes ([1962] 1990), em seu texto *A mensagem fotográfica*, ao analisar a fotografia de imprensa faz algumas considerações sobre as duas linguagens que suportam a informação nos textos jornalísticos: a verbal e a não-verbal. O autor afirma que

estas estruturas são convergentes, mas como suas unidades são heterogêneas, não podem se misturar; aqui (no texto) a substância da mensagem é constituída por palavras; ali (na fotografia), por linhas, superfícies, tonalidades.

(BARTHES, [1962] 1990, p. 304)

No entanto, em seu texto intitulado *L'esprit de la lettre*, publicado alguns anos depois, em 1968, na revista *La Quinzaine Littéraire*, Barthes (1994a) se ocupou do comentário do livro de Massin que abordava a letra e sua vocação à metamorfose figurativa. O autor reconhece que a obra de Massin permitiu-lhe, ou melhor, obrigou-lhe a deslocar alguns de seus preconceitos a respeito da consideração da letra como significante em sua substância gráfica. A partir de um extenso levantamento das 'letras figuradas', ou das 'letras-figuras', realizado por Massin, em seu livro, *provenientes de todos os séculos, dos ateliês de copistas da Idade Média até o submarino amarelo dos Beatles, a palavra não é o único limite, o único resultado, a única transcendência da letra. As letras servem para fazer palavras? Sem dúvida, mas também outra coisa*.⁷⁵ (BARTHES [1968] 1994a, p. 863, grifo do autor).

Portanto, é preciso que consideremos que a *escrita é sempre visual e, como tal, participa de sua própria ilustração*⁷⁶ (PASTOUREAU, 1989, p. 605).

⁷⁵ “[...] venues de tous les siècles, des ateliers de copie du Moyen Age au *sous-marin jaune* des Beatles [...] le mot n’est pas le seul entour, le seul résultat, la seule transcendance de la lettre. Les lettres servent à faire des mots? Sans doute, mais aussi autre chose” (BARTHES, [1968] 1994a, p. 863, grifo do autor).

⁷⁶ “L’écrit est toujours visuel et, comme tel, participe à sa propre illustration” (PASTOUREAU, 1989, p. 605).

É notável, graças ao reconhecimento semiológico da forma das letras e à série de desenvolvimentos tecnológicos na escrita midiática, a especulação dessa propriedade da materialidade gráfica das letras, logo, das palavras na composição dos textos de revista.



Figura 5 - Capa de Veja – 10 agosto 2005

Nessa capa de *Veja*, a exploração da tipografia como imagem estabelece uma rede de significação que não se restringe a um gesto de mero destaque de uma palavra, mas joga com o significado histórico-cultural que a própria imagem de uma letra pode resguardar. Isso acontece porque aqui, na palavra LULA, a segunda letra 'L' não se trata apenas de um símbolo gráfico, mas corresponde também a um elemento discursivo que, graças ao cruzamento com uma memória, produz um efeito de sentido.

É sabido que as duas letras 'L', empregadas no sobrenome Collor, na campanha eleitoral de 1989, eram originalmente grafadas nas cores verde e amarelo, semelhante à disposição das listras e das cores que compõem a faixa presidencial. Tornado símbolo do governo Collor, sua atualização no nome de Lula sugere uma semelhança entre essas personalidades políticas, entre a situação de seus governos, conforme explicitado em seguida no subtítulo *Sem ação diante do escândalo que devorou seu partido e paralisou seu governo, **Lula** está em uma situação que já lembra a agonia da era **Collor*** (grifo nosso). Os dois 'L' em verde e amarelo instituem uma memória da qual sua reescrita, como um 'L' apenas, em outro nome, em outro contexto histórico, vem restituir e re-instituir efeitos de sentido.

A imagetização do verbal tenta promover o simulacro de uma continuidade entre as diferentes modalidades de linguagem, criando um efeito de homogeneidade aparente entre elas, subvertendo seus espaços, manifestando-se substancialmente de modo a emprestar a apresentação de um para o outro. Trata-se de um processo de transcodagem em que as letras, as palavras, as frases ganham, então, uma dimensão plástica, revisitando simbolicamente essa sua característica tão explorada, outrora, nas letras capitais.

A maneira como as letras e a linguagem verbal do texto são compostos com caracteres diversos, de várias cores, dispostos em parágrafos e colocados na página proporcionam a percepção do texto como imagem, a ponto de não ser raro, durante o Antigo Regime, por exemplo, *que uma pessoa não sabendo ler contemplasse como a uma imagem a página de um livro sem imagem*⁷⁷ (PASTOUREAU, 1989, p. 605).

Como imagem, a *mise en page*, de modo geral, e a tipografia, de modo específico, exercem sobretudo suas funções de atração do olhar leitor, de lugar de memória do texto e também de recurso estético.

A sequência de textos publicitários, que compõem a propaganda da *Brasil Telecom* (figura 6), apresentados na revista *Veja*, de 24 de agosto de 2005, é um exemplo do emprego de estratégias de escrita que se valem da convergência de várias instâncias de manifestação discursiva na produção do texto. Além das escolhas léxico-gramaticais, sua escrita se vale da representação do tipo de suporte, da representação do caractere tipográfico que lhe é específico e das imagens fotográficas que precisam e ilustram o conteúdo temático da propaganda.

⁷⁷ “qu’une personne ne sachant pas lire contemple comme une image la page d’un livre sans image” (PASTOUREAU, 1989, p. 605)

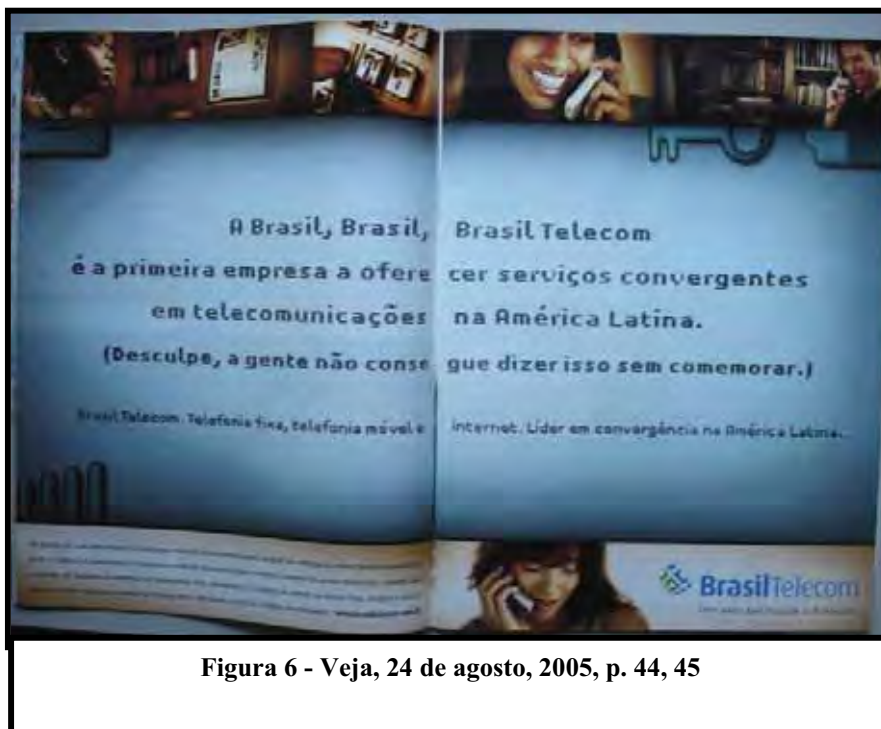


Figura 6 - Veja, 24 de agosto, 2005, p. 44, 45

Na primeira parte dessa publicidade, nas páginas 44, 45, o conteúdo temático é a oferta de serviços em telecomunicação, pela *Brasil Telecom*. Esse conteúdo não se encontra manifesto apenas na escolha léxico-gramatical ou nas

imagens fotográficas que participam da composição dessa parte do texto publicitário. A mensagem também é constituída a partir do simulacro de sua circulação. Trata-se pretensamente de uma mensagem que circula eletronicamente, como podemos inferir pela representação da tela do computador como superfície de inscrição da mensagem verbal, pela simulação do ‘gênero’ e-mail, em função da presença de ícones eletrônicos como ✉ e, finalmente, pelo caractere tipográfico escolhido para ‘ilustrar’ esse texto. Esse caractere corresponde à imagem de uma fonte empregada normalmente em textos eletrônicos. Assim, para falar de tecnologia, foram adotadas outras formas que não apenas a lingüística ou a fotográfica, na manifestação dessa informação. A tipografia empregada para ilustrar a tecnologia é a própria ilustração da tecnologia, graças às representações que essa forma tipográfica já acumula histórico-culturalmente.

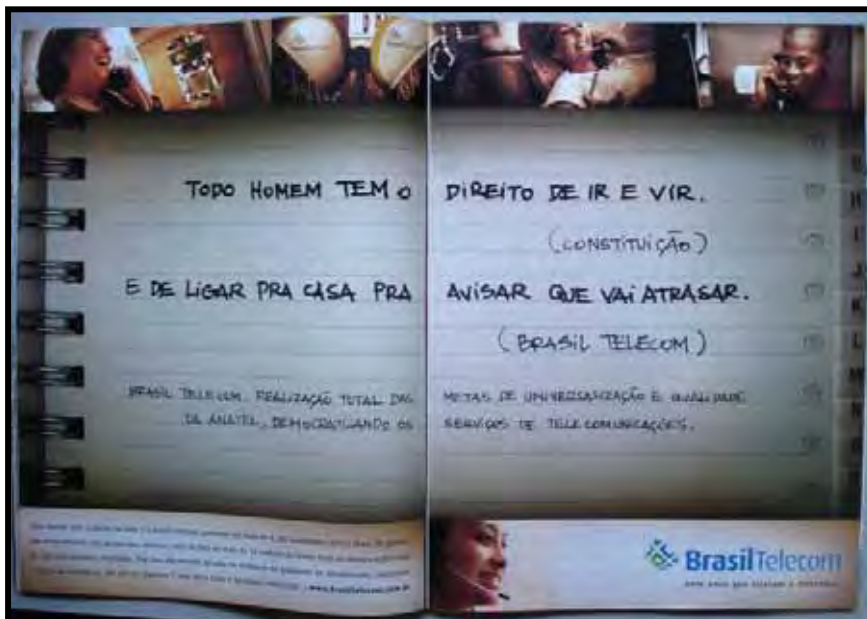


Figura 7 - Veja, 24 de agosto, 2005, p. 46, 47

O mesmo acontece nas demais páginas que compõem a propaganda da *Brasil Telecom*.

Nas páginas 46 e 47, em que o tema principal é a telefonia, a superfície escolhida para ilustrar esse conteúdo é a simulação de páginas de

uma agenda telefônica e a tipografia adotada para compor essa publicidade é, em consonância com o objeto cultural em que se inscreve, a escrita feita à mão, a letra manuscrita.

Nas páginas 48 e 49, a mensagem “politicamente correta”, referente ao patrocínio que a *Brasil Telecom* oferece aos atletas brasileiros, é inscrita numa forma tipográfica comum àquela que se apresenta na superfície de um placar eletrônico empregado em estádios e ginásios de esporte em que se

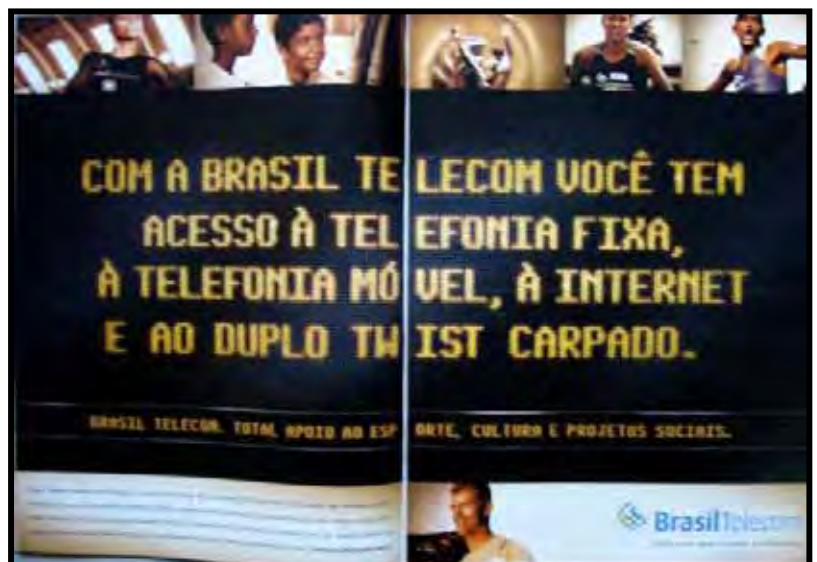


Figura 8 - Veja, 24 de agosto, 2005, p. 48, 49

anunciam os nomes dos competidores, a pontuação, o tempo de jogo e informações afins.

A tipografia, então, é explorada em sua forma plástica, em sua função imagética, que tem o poder de instauração de efeitos de sentido pela cor e tamanho da fonte em sua complexa função de fazer ver/ler a linguagem verbal.

Graças à potencialidade dessa conjunção semiológica, que envolve tamanho de fonte, cor, posição na página e que define uma hierarquia tipográfica, (título,



Figura 9 - Veja, 26 de abril de 2000, p. 36, 37

subtítulo ou legenda, no interior de infográficos

ou no interior do próprio texto), a imagetização da tipografia pode produzir efeitos de sentido, sobretudo em domínios nos quais as implicações ideológicas de determinadas cores e de determinadas formas acionam uma memória, ‘informando’ tanto ou mais que a palavra, por trás da cor⁷⁸.

⁷⁸ Sobre o emprego da cor e sua implicação ideológica, cf. também Orlandi ([1999] 2000a, p. 28, 29), e sua análise de uma faixa preta com a inscrição *Vote sem medo!*, relacionada às eleições no *campus* universitário e a consideração da memória que, na “cromatografia política”, relaciona o preto à cor do fascismo, do conservadorismo, da direita. Conferir também as análises apresentadas por Luciano Guimarães (2000, p. 123-134), em seu livro *A cor como informação*, a respeito da aplicação da simbologia do vermelho nas capas da revista *Veja*.

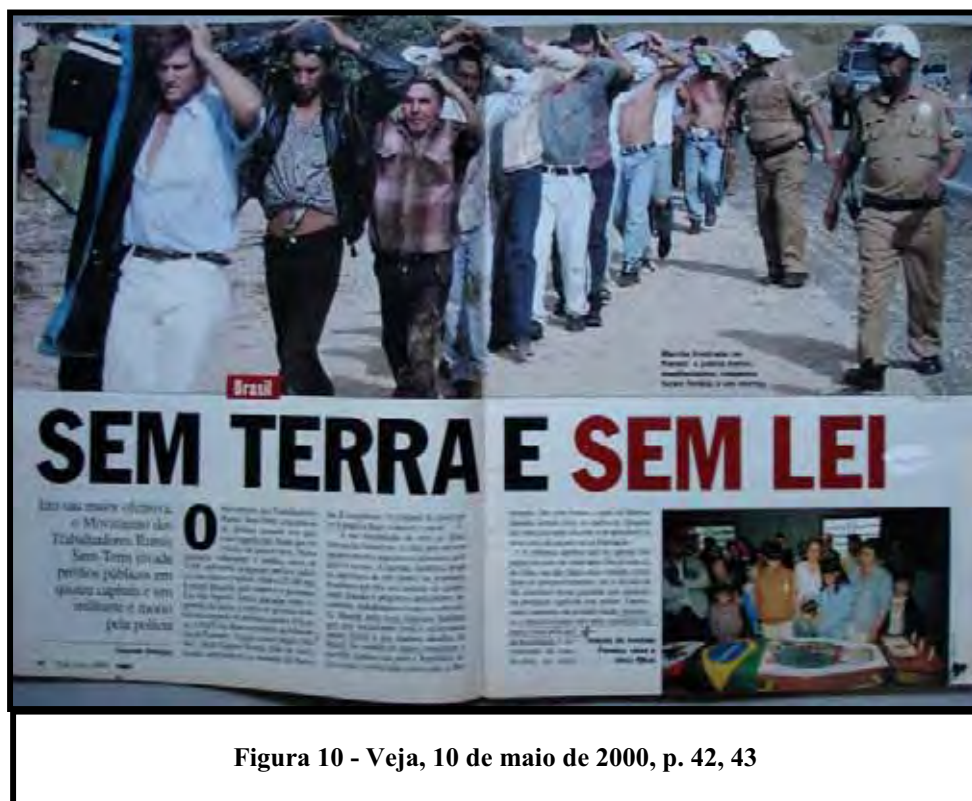


Figura 10 - Veja, 10 de maio de 2000, p. 42, 43

As expressões designativas dos trabalhadores membros do movimento dos sem-terra como “sem causa” e “sem lei”, graças à exploração da forma plástica da tipografia, tornam-se salientes em relação ao restante do texto, tanto no que diz respeito ao apelo visual da cor vermelha, que faz com que o olhar leitor seja ‘seqüestrado’, segundo designação empregada por Guimarães (2000), quanto pelo apelo ideológico que inscreve interdiscursivamente essa cor relacionando-a historicamente a uma memória e a alguns efeitos de sentido. O poder de expressão da cor e as representações culturais agregadas fazem dela informação que, revestindo a letra desdobra seu significado. A informação cromática e seu apelo simbólico participam da composição do sentido. Assim, o vermelho, segundo Guimarães (2000), é uma cor de signo forte, que remete simbolicamente ora à agressividade, ora à violência e à paixão, ora à interdição, ao controle (já que se trata da cor “do dizer não”), mas também remete ao amor. Outro sentido da cor vermelha é sua referência à revolução, representando desde 1871, quando da Comuna de Paris, a cor dos comunistas e, por extensão, a cor da esquerda.

É a cor da extinta União Soviética, do exército vermelho – 1917-1921 –, da China e da cartilha de Mao-Tsé-Tung (o livro vermelho), da Albânia, do Vietnã, e é a cor do perigo maior durante todo o período da Guerra Fria: o suposto e temido “botão vermelho” (nas mãos dos dirigentes dos Estados Unidos e da União Soviética) que determinaria o fim da humanidade numa guerra nuclear.

(GUIMARÃES, 2000, p. 121)

Não é novidade que, quando isolados, a imagem e o verbal exigem comportamentos de deciframento diferentes. O olhar linearizado, que percorre a escrita nas linhas inscritas na folha ou na tela, lê numa ordem diferente do olhar pluridimensional que apreende a imagem. Desde as letras capitais na Idade Média, passando pelas inovações tecnológicas da imprensa, com sua *mise en page* específica, até a era da informática e a multiplicação de possibilidades no tratamento do texto como imagem, nosso olhar foi sendo mais ou menos “avisado” sobre esse uso da imagem da escrita alfabética. O jogo com possíveis deslocamentos da linguagem verbal, quando de sua exploração gráfica, tornando-a uma linguagem mais imagética, pode implicar num processo de deslinearização do olhar dessa escrita tipográfica e numa apreensão antes mais panorâmica do verbal do que propriamente linear.

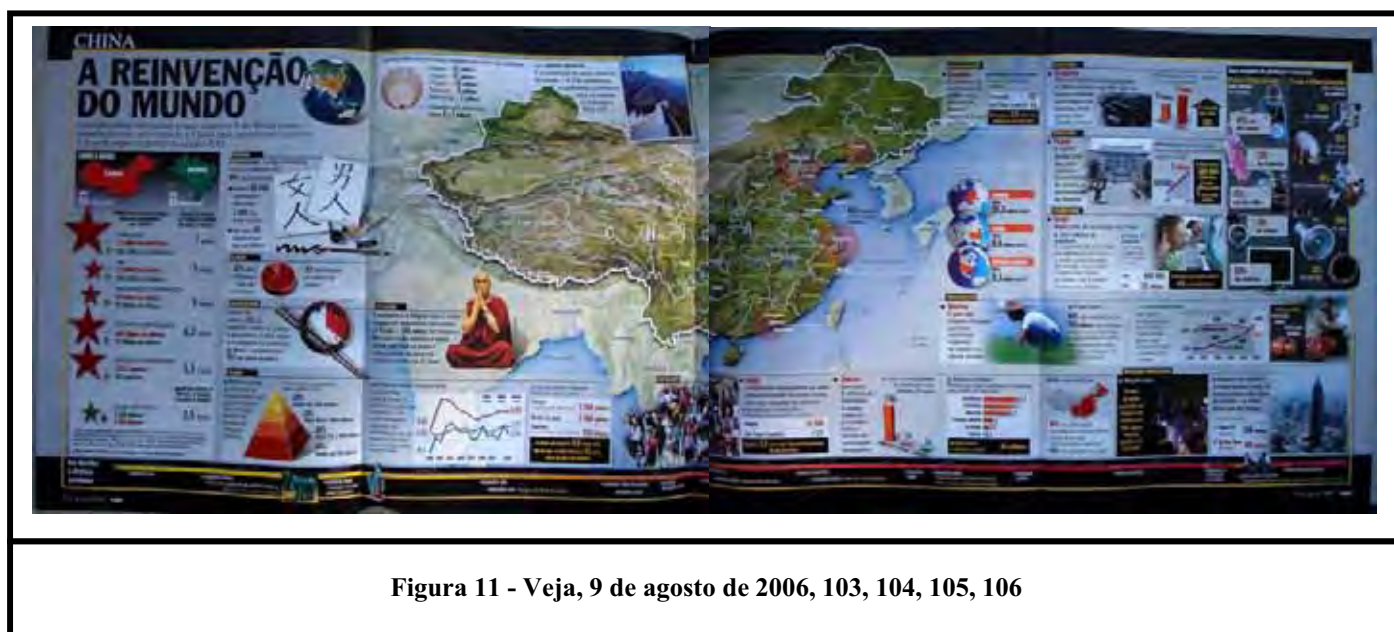
Esses deslocamentos podem nos indicar uma representação de práticas de leitura que, se não se apropriam do conteúdo do texto via a leitura da totalidade de sua escrita verbal, podem aventar relativamente, graças ao gênero textual, ao gênero tipográfico e ao suporte, o “conteúdo” do texto. Assim como o método de leitura dinâmica fundamentado no treinamento do olhar para uma apreensão parcial das palavras, de suas extremidades apenas, a pedagogia do olhar instaurada na apresentação da tipografia como imagem, corrobora uma prática de leitura mais visual, de decodificação periférica.

A dimensão plástica da tipografia é, portanto, também explorada em sua relação com a história. A condição de interpretação da mensagem, desdobrada em sua forma verbal e plástica,

logo, imagética, relaciona-se a uma memória, conforme o acordo de uma “*comunidade de olhares*”, para empregarmos uma expressão do sociólogo e estudioso das imagens, Jean Davallon ([1983] 1999).

INFOGRAFIA

Na exploração visual da página, os infográficos desempenham papel importante. A infografia, principalmente depois do desenvolvimento da tecnologia informática, tornou-se um dos meios de ilustração do texto, tanto no que diz respeito à propriedade de esclarecer, por meio de exemplos, de comentários, aquilo que fora apresentado em linguagem verbal ou sob a forma de imagens fotográficas, quanto à de decorar o texto, compô-lo como imagem.



Nessas páginas localizadas no interior da reportagem sobre a China⁷⁹, temos um bom exemplo do emprego da infografia. Com vistas a traçar um perfil geral da China, são apresentadas várias estatísticas sob a forma de gráficos acerca do PIB, das etnias, da agricultura, da renda, da religião, da taxa de crescimento da população, da diáspora chinesa, da

⁷⁹ Chamamos a atenção para a apresentação desse infográfico no interior dessa reportagem sobre a China. Para que o mesmo pudesse ser apresentado em sua totalidade foi necessário se valer de uma propriedade material do suporte revista. As páginas dedicadas a esse infográfico coincidem com as páginas localizadas exatamente no centro da revista e por isso foi possível, ao invés da apresentação em apenas duas páginas, desdobrá-las em quatro páginas, como mostra a figura 11. Outras formas de exploração dos recursos materiais que a forma do suporte revista permite, sobretudo graças às possibilidades de dobradura, de aumento do tamanho das folhas, de jogos com a forma até mesmo dos grampos das páginas centrais, serão apontados ao longo da tese.

urbanização; são apresentados também mapas da China e dos países vizinhos; estimativas acerca do desenvolvimento da indústria, da tecnologia, da população, do consumo; uma linha do tempo traçando uma periodização das Dinastias, passando pelo fim do Império e pela Revolução Cultural, até a atual abertura econômica da China; imagens de satélite, imagens do Dalai Lama, da população, etc., enfim, os mais variados recursos infográficos para garantir o efeito de fornecer o maior número de informações de modo mais amplo o possível.

A infografia aciona, em sua linguagem híbrida (verbal e não-verbal), as funções de destaque, de síntese, de complementação e de ‘tradução’ das informações apresentadas sob a forma de linguagem verbal do texto editorial. Configura-se como uma das estratégias da escrita na revista para facilitar, agilizar a leitura, precisar efeitos de sentido e, no limite, poupar o leitor da decodificação do restante do texto.

Esses dados estatísticos dos infográficos, organizados sob a forma de gráficos, tabelas, quadros etc. representam também um lugar de legitimação e de precisão da narrativa verbal do texto editorial.

Como lugar de legitimação, a escrita jornalística se vale da infografia, assim como de outras estratégias discursivas, tais como *as citações, as entrevistas, a imagem fotográfica, os depoimentos de testemunhas* (NAVARRO BARBOSA, 2004, p. 73), para produzir uma espécie de aproximação objetiva com o real, com o simulacro de um real acontecido e uno. *Os quadros e as tabelas de porcentagens* [empregados extensivamente nos infográficos] *são sinais que remetem o leitor ao real – recursos utilizados pela imprensa para representar uma realidade apreensível e descritível.* (NAVARRO BARBOSA, 2004, p. 73). Trata-se de um lugar de desambigüização dos sentidos e desempenha, em relação ao conteúdo manifesto pela linguagem verbal, sua extensão: seja como síntese, como exemplificação, como acréscimo de dados, como confirmação do conteúdo verbalizado.

Os infográficos atuam como texto-amostra, uma vez que possibilitam uma leitura pontual e parcial do assunto do texto como um todo. É mais um ‘lugar’ de atestação de objetividade do texto, ou seja, lugar onde as informações são investidas de efeitos de cientificidade, onde são representadas sob uma lógica didático-investigativa: semelhante às formas empregadas no universo científico (gráficos, mapas, esquemas, comparações) e no universo investigativo-policial, com o relato de “provas” físicas (recortes de documentos, resultado de exames).



Figura 12 - Veja, 20 de setembro de 2006, p. 76, 77

A infografia possibilita uma aeração do texto e um atalho para a informação, indicando-nos não só a representação de uma prática de leitura segundo a qual o leitor, por meio das formas infográficas realizaria uma leitura

exploratória, dispensando-lhe, eventualmente, a leitura total do texto, mas também uma prática de leitura habituada ao intercalamento de linguagens diferentes (verbal e não-verbal).

Sob a forma de uma espécie de *protocolo de leitura*, no interior da composição verbal do texto, são indicadas sugestões de leitura que remetem aos infográficos. Essa forma textual é um indício de uma representação de prática de leitura descontínua, hipertextual, em que as remissões entre formas verbais e não-verbais contribuem para a instituição da descontinuidade nos gestos de leitura contemporâneos.

FOTOGRAFIA

A revista é uma arte da palavra ilustrada. Além dos títulos (cf. nota 65), os subtítulos que acompanham os nomes das revistas no final do século XIX classificam-nas como “periódico ilustrado” o que, então, já atestava a importância da imagem para esse gênero tipográfico. A revista impressa de informação semanal caracterizou-se, em sua formação, como um gênero tipográfico estreitamente relacionado às inovações das técnicas fotográficas que lhe são concomitantes, como nos afirma Martins:

Os experimentos técnicos com os novos recursos gráficos, a necessidade de transmitir a mensagem com rapidez – característica do periodismo em tempo de velocidade – e o hábil recurso de ‘seduzir’ o público leitor, cativá-lo através da imagem, fizeram do ilustrador, fosse litógrafo, caricaturista, desenhista, pintor ou fotógrafo, o profissional imprescindível das revistas do período.

(MARTINS, 2001, p. 245)

Quanto à revista *Veja*, a designação inicial dessa revista era, então, *Veja e Leia*, o que implicou, desde a criação da revista, não apenas em uma sugestão de ordem de predominância de uma linguagem em relação à outra, mas também em uma organização específica do conteúdo dos textos. Segundo um dos grandes editores de revista do Brasil, Thomaz Souto Côrrea (2003), em entrevista ao Observatório da Imprensa, esse título *Veja e Leia*, foi responsável tanto pelo sucesso editorial da nova revista quanto pelo seu fracasso inicial. O título sugeria a seus leitores, acostumados com a editoração de revistas de grande circulação no país, no final da década de 70, como a revista *Manchete* e a revista *O Cruzeiro*, ambas, extensivamente ilustradas, a imagem de que se tratava de uma revista feita mais para se ver do que para se ler. No entanto, os leitores encontram nas páginas da nova revista textos

predominantemente compostos de modalidade verbal, com fontes de corpo pequeno e com um entrelinhamento estreito. (ver figuras 26 e 27 nas páginas 185 e 186)

Constitutiva, então, do próprio gênero revista impressa, como o conhecemos hoje, a fotografia apresenta-se em seus textos como linguagem imagética capaz de, junto à linguagem verbal, estabelecer a informação.

A especificidade da fotografia, em relação à linguagem verbal mas também às outras formas de ilustração do texto (como a tipografia e a infografia), reside em sua linguagem, capaz de simular o real, ou seja, de produzir um efeito de referencialidade. O emprego da fotografia como técnica de escrita nos textos de revista impressa de informação semanal explora, sobretudo, esse efeito analógico, o que não exclui a função estética que a imagem, e mais especificamente a imagem fotográfica, exerce no texto editorial. Graças a essa função estética, a fotografia atua como um primeiro e principal ponto de fixação do olhar leitor sobre a página, seja pelas propriedades materiais (tamanho, cor, enfim, qualidade técnica que envolve o processo de produção da fotografia e de sua revelação), seja pelo interesse particular que essa narrativa desperta no olhar leitor. Esse interesse advém também, e talvez sobretudo, desse ‘mito’ de referencialidade, que remete a “isso pode ser verdade”. A função estética da imagem fotográfica no texto editorial não está ligada necessariamente, como estaria em outros gêneros tipográficos como revista feminina de moda, ou revista de paisagismo, à qualidade da imagem ou à beleza do que foi fotografado, mas sim à atratividade visual que é própria dessa linguagem. A função estética, então, atravessa toda e qualquer fotografia, de modo diferente segundo cada gênero textual e tipográfico em que a fotografia se encontra. No caso do gênero tipográfico revista de informação e do gênero texto editorial, essa função está presente mesmo quando se trata de uma foto aparentemente de má qualidade, desfocada, tremida, com baixa resolução, já que nesse caso esses supostos problemas técnico-estéticos podem ser o signo de

uma apreensão clandestina da fotografia, o que não é um problema, antes o contrário, já que pode contribuir para uma maior credibilidade da informação que ela apresenta.

É por esse interesse particular pela referencialidade da imagem fotográfica, que corresponde ao que Certeau ([1980] 1994) designa como o ‘simulacro’ contemporâneo que, segundo ele, *é, em suma, a localização derradeira do crer no ver, é o visto identificado com aquilo que se deve crer* (p. 289), que a fotografia se presta de modo muito adequado à produção dos textos da imprensa, dos textos da revista *Veja*.

Esse efeito de referencialidade não é exclusivo da linguagem fotográfica, no entanto, seu funcionamento particular propicia pretensamente um acesso privilegiado e imediato aos “conteúdos”.

No que diz respeito às fotos de pessoas, as técnicas fotográficas permitem captar aquilo que, por vezes, nem mesmo o contato pessoal e uma certa proximidade física nos permitiria ver. A técnica fotográfica capta na ‘evidência’ do corpo individual a ‘transparência’ de seus gestos. Graças à instantaneidade no registro, a fotografia apreende expressões pontuais, gestos precisos, movimentos congelados e recortados numa expressividade que desconhecemos a respeito de nós mesmos. Com a possibilidade de ampliação da foto, a revista oferece as menores marcas físicas, os traços quase imperceptíveis do corpo das personalidades retratadas, conforme o efeito de sentido que se queira produzir.

Para tentarmos evidenciar a exploração desse efeito de referencialidade da imagem fotográfica como uma das técnicas de escrita dos textos editoriais da revista impressa *Veja* por meio dela analisarmos a projeção de um leitor-simulacro, abordaremos agora uma técnica que consiste na ampliação significativa do tamanho de imagens fotográficas, focalizando o destaque dado a personalidades políticas na ilustração de textos editoriais da seção *Brasil* da revista *Veja*.

3.1.3. *VEJA* (E) A POLÍTICA EM CLOSE:

UM EXEMPLO DA ‘FOTO-GRAFIA’ EM REVISTA

Para analisarmos discursivamente a técnica de ampliação da imagem fotográfica nos textos editoriais de *Veja*, onde, normalmente, figuram em destaque as faces de personalidades políticas, e refletirmos historicamente sobre esse modo de representação discursiva, valemo-nos, aqui, num primeiro momento, de alguns historiadores que se ocuparam da descrição do funcionamento da linguagem imagética em diferentes períodos históricos, como na Antigüidade, na Idade Média e na Idade Moderna ou Contemporânea e, num segundo momento, apoiaremos-nos nas reflexões de Jean-Jacques Courtine e Claudine Haroche (1994), sobre a eloqüência do rosto e de suas expressões, numa história que analisa o processo de constituição do homem expressivo e da nossa interpretação e sensibilidade em relação a essa expressividade.

3.1.3.1. NOTAS DE UMA HISTÓRIA DA IMAGEM

Uma imagem é mais que uma imagem e por vezes mais que a própria coisa da qual ela é a imagem⁸⁰.

Paul Valéry

Em sua análise das formas e funções da iluminura, a pesquisadora de iconografia medieval, Hélène Toubert avalia que *a decoração é ao mesmo tempo um elemento importante do manuscrito como produto – em particular como produto de luxo – e do manuscrito como*

⁸⁰ “Une image est plus qu’une image et parfois plus que la chose même dont elle est l’image.” Paul Valéry.

instrumento de comunicação de idéias.⁸¹ (1989, p. 109). Assim, a ilustração dos textos medievais, *grosso modo*, tinha como objetivos: tornar o texto “raro”, esteticamente distinto pela riqueza de sua materialização, e tornar sua compreensão, por meio das imagens, a mais acessível possível. Daí deriva, portanto, sua dupla função, estética e pedagógica.

o menor detalhe decorativo [...] não é somente um elemento de decoração, ele contribui na organização lógica e na apresentação do texto. Ele assinala ao leitor uma articulação, ele é assim, certamente num grau menor, mas efetivo, um elemento signifiante do conteúdo⁸².

(TOUBERT, 1989, p. 109).

Esse caráter pedagógico da imagem pode ser atestado, segundo Toubert (1989), desde seu emprego relativamente freqüente em rolos gregos, nos quais as ilustrações representavam a parte mais útil da obra. Essa utilidade justifica-se na medida em que, em sua grande maioria, os rolos com textos ilustrados tratavam-se, em geral, de textos científicos, tratados médicos, lições de matemática, os quais tinham necessidade de uma ilustração para serem compreendidos e considerados completos.

A ilustração, na composição dos textos, em seu papel didático, foi empregada como instrumento de evangelização daqueles que não tinham acesso à palavra divina pela escrita alfabética. O ‘Livro de Horas’ é um exemplo que atesta, tanto em sua forma manuscrita quanto impressa, entre os séculos XV e XVI, o emprego das imagens para os fins religiosos. Albert Labarre (1989), Conservador-Chefe da Biblioteca Nacional da França, ao descrever a história do nascimento do livro impresso e, particularmente, dos incunábulos franceses, tal como conhecemos o livro impresso hoje, encontra uma explicação sobre a iconografia dos “*Livros de Horas*” na página inicial de um exemplar:

⁸¹ “[...] le décor est à la fois un élément important du manuscrit en tant que produit – en particulier comme produit de luxe – et en tant qu’instrument de communication des idées.” (TOUBERT, 1989, p. 109)

⁸² “[...] le décor le plus minime [...] n’est pas seulement un élément décoratif, elle contribue à l’organisation logique et à la présentation du texte. Elle en signale au lecteur une articulation; elle est ainsi, à un degré minimal certes, mais déjà présent, un élément signifiant du contenu.” (TOUBERT, 1989, p.109).

As ‘Horas da Virgem’, para uso de Roma, recentemente decoradas com novas figuras, pois a compreensão que as letras encontram nos doutores, as imagens asseguram, sem dúvida, aos ignorantes e aos simples, como diz o ditado: a pintura é a escrita dos laicos; é com efeito por ela que aqueles que não conhecem as letras podem ler e compreender o segredo das coisas.⁸³

(LABARRE, 1989, p. 252)

Frédéric Barbier, em seu seminário dedicado à “*Histoire du livre*”, realizado em 2005 na EPHE – École Pratique des Hautes Études, mencionou uma de suas hipóteses em relação à ilustração, a saber, os primeiros livros impressos no século XV, os incunábulos, eram mais ilustrados quando escritos em língua vulgar e menos ilustrados quando escritos em latim. Hipótese que nos remete a representações disfóricas acerca da capacidade de interpretação daqueles que, eventualmente, não dominavam o latim.

Já em sua análise da relação entre as ilustrações e o tema dos textos, no período dos séculos XVI e XVII, Pastoureau (1989) afirma que $\frac{3}{4}$ dos livros ilustrados desse período são livros religiosos (livros de horas, missais, breviários, livros de salmos, bíblias latinas e francesas, páginas destacadas das Escrituras, histórias de santos, catecismos etc.), seguidos de livros de emblemas e, na sequência, de obras científicas. O autor também confirma o aspecto estratégico do uso das imagens para atingir os iletrados e, por essa razão, acrescenta que a iconografia religiosa é aquela que menos inova, seja pelo zelo e controle ortodoxos da produção dessas imagens, para a constituição de uma memória e a garantia de seu reconhecimento, assim como

[...] a imagem também é, para o público pouco familiarizado com a escrita, uma maneira de fixar a tradição oral [...], assim como uma certa maneira de

⁸³ “Heures de la Vierge à l’usage de Rome, récemment décorées de figures nouvelles, car cette intelligence que les lettres procurent aux doctes, les images l’assurent sans doute aux ignorants et aux simples, selon la sentence répandue: la peinture est l’écriture des laïcs; c’est en effet par elle que ceux qui ne connaissent pas leurs lettres peuvent lire et comprendre le secret des choses”. (LABARRE, 1989, p. 252)

valorizar, até mesmo sacralizar o livro como o fazia a miniatura no manuscrito medieval.⁸⁴

(PASTOUREAU, 1989, p. 613)

Esse aspecto didático das imagens é explorado ainda, no século XVIII, pelos enciclopedistas. D'Alembert et Diderot acreditavam que a imagem era uma forma democrática de difusão da razão. Interpretável por todos, sem distinção, a imagem ganhou destaque no “*Discours Préliminaire*” da “*Encyclopédie*”, que tinha como princípio escrever menos, melhor e de modo mais acessível que os tratados científicos da época. Para isso, acrescentaram a suas exposições claras e precisas, os exemplos e as citações, o mais breves possíveis. Segundo D'Alembert,

[...] o pouco hábito que se tem de escrever e de ler textos sobre as artes torna as coisas difíceis de explicar de uma maneira inteligível. Daí nasce a necessidade das figuras [...]. Um golpe de vista sobre o objeto ou sobre sua representação diz mais desse objeto que uma página de discurso.⁸⁵

(D'ALEMBERT, [1751] 1986, p. 45).

Referindo-se à forma e ao conteúdo dos textos de revistas paulistas do início do século XX, Martins afirma que

A fotografia, com seu poder multiplicador, potencializava a informação, levando aos mais diversos públicos a informação até então subtraída ao analfabeto e às camadas desfavorecidas. Sua mensagem atingia indistintamente o letrado, o semi-alfabetizado e até o analfabeto.

(MARTINS, 2001, p. 193).

⁸⁴ “[...] l’image est aussi, pour le public peu familiarisé avec l’écrit, une manière de fixer la tradition orale [...], ainsi qu’une certaine façon de valoriser, voire de sacraliser le livre comme le faisait déjà la miniature dans le manuscrit médiéval.” (PASTOUREAU, 1989, p. 613)

⁸⁵ “[...] le peu d’habitude qu’on a d’écrire et de lire des écrits sur les arts rend les choses difficiles à expliquer d’une manière intelligible. De là naît le besoin de figures [...]. Un coup d’œil sur l’objet ou sur sa représentation en dit plus qu’une page de discours.” (D'ALEMBERT, [1751] 1986, p. 45)

As imagens foram empregadas, ao longo da história, para os mais diversos fins. A razão de sua exploração é simples: trata-se de um código de apreensão relativamente fácil, ou seja, trata-se de um código mais ‘democrático’, mais acessível para aqueles que não dominam o código alfabético.

As funções didática e democrática da imagem, da Idade Média à Moderna, perduram ainda hoje, mas não com o predomínio que lhes era característico anteriormente. Tratam-se de “*comunidades de leitores*” diferentes: antes, o alto índice de analfabetismo da população exigia textos de decodificação mais simples; hoje, esses índices de alfabetização são muito superiores em relação ao passado. As imagens apresentam, em nosso contexto, o predomínio de outras funções, que variam de acordo com o gênero textual em que se inscrevem, que por sua vez está estreitamente ligado aos meios em que circulam.

Quanto à fotografia, particularmente, desde sua criação (na primeira metade do século XIX) ela vem sendo apropriada de diversos modos – seja de âmbito particular, familiar, seja de âmbito coletivo, como linguagem midiática – e sofrendo modificações em sua produção e circulação graças a mudanças tecnológicas consideráveis. Esses modos de apropriação e de produção relacionam-se estreitamente com a definição de suas funções, logo dos efeitos de sentido que pode produzir.

Segundo Barthes ([1962] 1990), a fotografia nasce como uma arte da Pessoa: *de sua identidade, de seu caráter civil, do que se poderia chamar, em todos os sentidos da expressão, do “quanto-a-si” do corpo* (p. 118-119). É a arte, por excelência, herdeira da arte do retrato.

O uso das imagens fotográficas como técnica de retratar a pessoa é herdeira da emergência da pintura de retratos, ligada a uma tradição de emergência do sujeito individual, singular, da subjetividade moderna.

Hans Belting ([2001] 2004), ao analisar a relação simbólico-material entre signo, corpo e homem, em sua antropologia histórica da imagem, historiciza essa relação com sua análise da

passagem do uso do brasão para o uso do retrato, passagem esta concomitante à emergência do Humanismo. Na Idade Média, o brasão representava um corpo social. A representação dos indivíduos inscrevia-se nesse corpo social sendo, desse modo, representados pelo brasão, atemporal, familiar e indicador de uma classe social. Nos retratos dessa época as imagens dos indivíduos eram muito similares, porque não era o individual que deveria ser ressaltado e sim sua pertença a um grupo social. O retrato, segundo Barthes ([1980] 1984, p. 25) estava destinado a *apregoar uma situação financeira e social*. No entanto, na metade do século XV isso começa a mudar, como podemos ver pela produção substancial das pinturas de retratos, instaurando, assim, o período da representação pessoal⁸⁶. Mesmo representando o sujeito como fisionomicamente herdeiro dos traços físicos de seus familiares e dos seus páreas sociais essa nova estética do retrato o representava em suas especificidades. Tratava-se, com essa nova representação, de um indício material da emergência do caráter subjetivo, nesse período.

No entanto, o retrato individualizado, para cumprir com sua função de representação não só do indivíduo, mas também de sua inserção social, precisava ser, por vezes, acompanhado do brasão, que perde então sua exclusividade como única representação, mas permanece ao lado da nova forma para complementá-la, desdobrá-la. Num mesmo suporte (tela de quadro), frente e verso são ocupados por diferentes mas complementares formas de representação do sujeito. Sob um mesmo corpo, o do suporte, dois corpos eram representados: um social, outro individual, aquele sob a forma do brasão, do escudo, este sob a forma do retrato.

Segundo Belting ([2001] 2004), as imagens do corpo, durante o Humanismo, se diferenciaram seja pela emergência da produção do retrato individual, seja pela emergência da

⁸⁶ Diferentemente da concepção de representação antes social que singular do indivíduo característica desse período histórico, vemos os retratos fotografados durante todo o século XX, e ainda hoje, serem acabados artisticamente, o que por vezes, ao contrário da fidelidade às singularidades individuais, homogeneiza a imagem dotando-lhes dos mesmos traços, das mesmas cores. Se hoje trata-se de uma técnica questionável, antes tratava-se de um procedimento legítimo e comum.

representação de uma *mise en scène du 'moi'* (p. 180). Era preciso que o corpo representado falasse também por sua gestualidade representando o personagem em sua particularidade. O corpo era considerado, ele mesmo, como um suporte da subjetividade. Tinha-se no rosto a representação da identidade do indivíduo em sua singularidade. A noção de sujeito individual, constituída no período do Humanismo, será representada nos retratos pintados não apenas pela figuração do indivíduo, em sua singularidade, mas também pela figuração de suas ações. O sujeito era então identificado pela especificidade de seu rosto e de seus gestos.

A fotografia alia seu poder de representação do real ao de individualização dos sujeitos retratados em suas mínimas especificidades físicas e em seus menores gestos, involuntários ou não.

Sem dúvida alguma, conforme Barthes ([1962] 1990) já afirmara em seu texto “A mensagem fotográfica”, a invenção da fotografia provocou um impacto antropológico considerável. De repente, com um clique, estava-se diante de si mesmo. Desse impacto, a imagem fotográfica foi reconhecida, primordialmente, por sua capacidade analógica.

Roland Barthes ([1962] 1990), em sua análise da fotografia de imprensa⁸⁷, afirma tratar-se de senso comum essa relação de representação analógica do real que lhe é atribuída. Sem dúvida, trata-se de uma “linguagem denotativa” assim como as demais linguagens imagéticas, como a pintura, o desenho, o cinema, o teatro, reconhecidamente analógicas. No entanto, a fotografia de imprensa tem uma mensagem denotada sem código, ou melhor, não codificada. Diante de sua mensagem contínua o que se vê é sua plenitude analógica, sua

⁸⁷ É importante a precisão sobre a origem da fotografia, sua circulação, porque os regimes de recepção mudam conforme os fins para os quais ela foi concebida. As pessoas em geral não questionam a referencialidade de fotos particulares, de família, reveladas de modo tradicional. Com o intermédio de uma mídia e com a emergência de novas tecnologias de apreensão fotográfica e de revelação digitais o estatuto de referencialidade, entra em crise, é colocado sob desconfiança. A não precisão da origem da fotografia e a facilidade atual de trucação é o que faz com que se relativize essa referencialidade. Segundo Belting ([2001] 2004), essa passagem para a fotografia digital instaura um processo semelhante àquele promovido quando da passagem do *desenho da sombra* para a *pintura da ilusão*. O *desenho* realizado na parede a partir dos traços da *sombra*, assim como a fotografia, antes da tecnologia digital, corresponderam à apreensão de imagem de um corpo vivo, de um ser com vida. A pintura, assim como a fotografia digital, representam metaforicamente um ser sem vida, inexistente, graças à possibilidade de modificação daquele ou daquilo a ser registrado.

objetividade. Mas, o autor ressalta a existência de um paradoxo fotográfico, que consistiria na “coexistência de duas mensagens, uma sem código (seria o análogo fotográfico) e outra com código (seria a ‘arte’ ou o tratamento ou a ‘escritura’ ou a ‘retórica’ da fotografia)” (BARTHES, [1962] 1990, p. 306). É essa última mensagem que ele busca decifrar, considerando-a em seu plano de expressão e de conteúdo. Esse “sentido segundo” da mensagem fotográfica é elaborado, segundo o autor, conforme o tratamento técnico, o enquadramento, a paginação etc. Dentre esses fatores de conotação da mensagem fotográfica o autor elenca a ‘trucagem’, a ‘pose’ e os ‘objetos’, por exemplo, que podem modificar o próprio real da mensagem denotada. A trucagem (foto-montagem) é uma intervenção que pode ser eficaz na produção de sentidos justamente porque a fotografia goza desse efeito de referencialidade. A pose, seja ela proposital e consentida ou não, produz sentidos já que se insere num repertório de poses, histórica e culturalmente significativas. Os objetos, assim como a pose, significam sócio-culturalmente, por isso, segundo o autor, eles são *indutores correntes de associações de idéias*, como, por exemplo, a biblioteca que remete à intelectualidade.

A relação entre a fotografia e a linguagem verbal que a acompanha nos textos da mídia impressa, como da revista *Veja*, é também, segundo o autor, um fator de conotação da fotografia. Ele chama atenção inclusive para uma *inversão histórica importante* segundo a qual *a imagem já não **ilustra** a palavra; é a palavra que, estruturalmente, é parasita da imagem* (BARTHES, [1962] 1990, p. 311, grifo do autor). Se a linguagem verbal conota a linguagem fotográfica, essencialmente denotativa, o autor chama a atenção, no entanto, para o fato de que há diferentes graus de conotação segundo o tipo de linguagem verbal (o título, a própria reportagem, a legenda). Dessas linguagens verbais que acompanham a fotografia nos textos editoriais da revista, a legenda é a que pela proximidade espacial *apresenta um efeito de conotação menos evidente que a manchete, ou o artigo*, logo, ela *parece duplicar a imagem, isto é, participar de sua denotação* (BARTHES, [1962] 1990, p. 312). Na verdade, segundo o

autor ([1963] 1993b), em seu texto “Retórica da imagem”, a legenda desempenha entre outras funções a de *ancoragem*, ou seja, a função de regular a possível dispersão da polissemia da imagem, e a de *revezamento*, ou seja, de preenchimento da mensagem que a imagem fixa dificilmente pode representar como, por exemplo, a temporalidade e a causalidade. Há ainda uma função de amplificação dos significados da imagem, ou seja, aquilo que a imagem não denota por ela mesma, pode vir a denotar graças à orientação de sua legenda (que pode eventualmente até mesmo contradizer a mensagem fotográfica).

A escrita jornalística se vale, portanto, da fotografia, assim como de outras estratégias discursivas para produzir essa aproximação com o real, com o simulacro de um real acontecido e uno, apresentado verbal e imagetivamente.

Essa apropriação da fotografia pela escrita midiática, e sua maior ou menor participação nos textos da revista, indicam-nos um imaginário histórico-cultural das práticas de leitura, da configuração dos públicos a partir dos objetos que lhes são dados a ler e das formas de apropriação indiciadas nas técnicas de produção de textos de uma sociedade.

No caso dos textos da mídia impressa, e mais especificamente do gênero editorial adotado pela revista *Veja*, a fotografia, em sua relação complexa com o verbal, é explorada preponderantemente por gozar ainda desse seu efeito: o de referencialidade. Efeito que se sustenta, entre outros fatores, na propriedade de instantaneidade da fotografia e na relação que essa instantaneidade estabelece com a possibilidade de surpreender, de ‘pegar desprevenido’, de ser apreendida sem o conhecimento de quem está sendo fotografado⁸⁸.

Surpreender pela fotografia é uma técnica fotográfica em si, o que cria como precedente a impressão de que toda foto que não pareça fruto de uma pose possa então ter sido fruto de

⁸⁸ Ressaltamos também as diferenças que se estabelecem em relação à exploração desse efeito de referencialidade da fotografia de revista para revista, ou seja, de um gênero tipográfico para outro. Para algumas fotografias a pose é um simulacro da eventualidade e naturalidade dos gestos (fotos de moda para revistas femininas, por exemplo), para outras, é preciso que a eventualidade dos gestos seja apreendida como uma pose, uma posição física, que diz por si só do caráter, do estado emocional daquele que foi fotografado (fotos de personalidades políticas para reportagens em revistas de informação).

uma apreensão clandestina, não-autorizada por parte daquele que foi fotografado. Isso por si só já lhe garante um certo estatuto de verdade, do qual a mídia se faz especialista.

Uma metáfora cinematográfica dessa instantaneidade reveladora é o filme *Blow up*. Nele o que o fotógrafo não foi capaz de enxergar no momento em que fotografava, a foto revela posteriormente o que era então invisível aos olhos, seja pela distância, seja pela rapidez com que aconteceu na realidade o fato que então se eternizava pela fotografia.

É essa possibilidade de imobilização, juntamente com a propriedade de relatar o referente, que constituem para a fotografia sua fiabilidade que se presta bem aos interesses da mídia impressa.

3.1.3.2. NOTAS DE UMA HISTÓRIA DO ROSTO

Há no rosto uma espécie de eloquência silenciosa que, mesmo sem agir, age todavia.

(Padre Cressolles, séc. XVII)

Esse é um dos enunciados encontrado em um tratado de retórica do século XVII e analisado pelos historiadores Courtine & Haroche em seu livro “História do Rosto”. Neste livro os autores empreendem uma história, perfazendo o período dos séculos XVI e XVIII, referente ao desenvolvimento progressivo da percepção da expressão, ou seja,

uma história da emergência da expressão e ao mesmo tempo uma história do controle da expressão, de suas exigências religiosas, de suas normas sociais, políticas e éticas que contribuíram, desde a Renascença para a aparição de um tipo de comportamento social, emocional, sentimental, psicológico fundado no distanciamento do excesso, no silenciamento do corpo.

(COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 16)

E é esse silenciamento que funda, segundo os autores, “*o homem racional das elites e depois da classe média*”, do qual os homens contemporâneos herdaram os princípios de sua racionalidade.

Partindo da análise de tratados de fisiognomia, manuais de retórica, livros sobre a civilidade e as artes da conversação, os autores vasculham as continuidades e discontinuidades presentes na história da expressividade do corpo, mais particularmente do rosto, e de suas implicações para a percepção de si mesmo por parte do sujeito, para a percepção do sujeito em relação ao outro, afetando, portanto, as relações sociais. Segundo eles, o desenvolvimento da

sensibilidade nesse período foi o responsável pela racionalização dos comportamentos, *o que é um traço essencial do aumento do individualismo nas mentalidades* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p.10).

A importância da abordagem histórica de enunciados que se repetem, se reiteram em torno da afirmação de que *pelo rosto, o indivíduo se exprime* reside, segundo os autores, na observação da relação entre o sujeito, a linguagem e o rosto, *ligação crucial quanto à elucidação da personalidade moderna* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 10). A abordagem histórica nos ajuda a balizar que se antes, na Idade Média sobretudo, esse enunciado fala de um rosto estático, ou seja, a estaticidade do rosto e de suas expressões era o princípio analítico (uma espécie de morfologia em que toda e qualquer forma e traço aparente tem valor de indício, por exemplo, a observação de marcas de nascença, cicatrizes, formatos dos componentes do rosto, presença ou não de rugas, etc.) a partir do qual se caracterizava não apenas o próprio indivíduo (ciência natural) mas também se podia prever seu destino (práticas divinatórias), passa-se, a partir do século XVI, à análise desse enunciado sob outra perspectiva. Esse enunciado, então, fala de um corpo em movimento, da manifestação das expressões das paixões nos gestos-respostas que o rosto desvela, e da análise do movimento corporal como um signo. Tem-se uma passagem, segundo os autores, de uma concepção estática da expressão para uma concepção que toma como signo o movimento da expressão. Parte-se de uma tradição dos estudos fisionômicos da Antigüidade, retomados na Idade Média – que concebiam a análise das paixões a partir da identificação de detalhes expostos na superfície do corpo, como marcas e sinais de nascença, cicatrizes, rugas, semelhança morfológica com a fisionomia de animais, etc. todos indícios a partir dos quais era possível definir o caráter, prever o futuro, conhecer o indivíduo – para a Idade Moderna, séc. XVII, quando os estudos fisionômicos se voltam para o olhar e para o movimento do rosto como um signo. Passa-se de uma influência da astrologia para uma influência da medicina, da anatomia.

Tratava-se, segundo Courtine & Haroche ([1988] 1994), *da emergência de uma nova individualidade psicológica*, de um novo modo de conceber o indivíduo em sociedade e da concepção do próprio indivíduo por ele mesmo, fundamentando o então *humanismo renascente*. O julgamento do indivíduo não está mais somente fadado às especificidades físicas de seu rosto (marcas), mas ao modo como o rosto manifesta publicamente as paixões do sujeito (signos).

Conforme os autores, o processo de racionalização dos comportamentos liga-se complexamente ao fato de que *o indivíduo é, desde então, indissociável da expressão singular de seu rosto*, [que se torna a] *tradução corporal de seu 'eu' mais íntimo* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 10). Daí a atenção dispensada à caracterização dos “signos” faciais para a compreensão da personalidade individual, daquilo que o indivíduo tem de mais particular. É como se pelas suas expressões e gestos fosse possível atingir ao que o indivíduo é realmente. É exatamente por isso que se torna necessário contê-los, controlá-los. É porque fala demais que o corpo precisa aprender quando e como se calar. *Expressar-se, calar-se; descobrir-se, mascarar-se: esses paradoxos do rosto são os do indivíduo [...]* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 10).

Portanto, o processo paradoxal de individualização pela expressão que, segundo os autores, se inicia mais claramente no final do século XVIII, é responsável pela constituição do indivíduo contemporâneo em suas injunções paradoxais: de um lado ser autêntico, de outro exprimir seus sentimentos desde que sob as máscaras da civilidade, uma vez que a *individualização pela expressão é uma socialização do indivíduo que supõe mímicas, olhares, gestos, atitudes, posturas voltadas para o exterior e provenientes ao mesmo tempo do mais profundo do sujeito* (COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 278).

A partir do século XIX, com as possibilidades tecnológicas que a invenção da fotografia oferece, não apenas de fixação do rosto, mas de fixação do rosto em seu movimento,

as ciências fazem dela uso maciço para identificação dos caracteres, assim como dela se valem a justiça e as novas técnicas de investigação e julgamento dos indivíduos. O sujeito é então singularizado aos olhos da ciência e da justiça pela foto de seu rosto, seja na carteira de identidade, seja na ficha policial, seja nas inumeráveis carteirinhas que dão acesso aos lugares públicos, seja nas páginas da revista. O rosto é exposto e perscrutado em detalhes porque é

o lugar mais íntimo e mais exterior do sujeito, aquele que traduz mais diretamente e de modo mais complexo a interioridade psicológica e também aquele sobre o qual pesam mais incisivamente as coerções públicas.

(COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994, p. 275)

Nos séculos XX e XXI, as práticas de escrita midiática, como as da revista *Veja*, inscrevem essas representações do rosto e da fotografia, em sua própria escrita. É porque pressupõem que seus leitores compartilham dessas representações, que delas se valem em sua escrita, exploram-nas em sua potencialidade, como veremos na análise a seguir.

3.1.3.3. CONSTITUIÇÃO, FORMULAÇÃO E CIRCULAÇÃO DOS DISCURSOS:

A CONSTRUÇÃO DOS SENTIDOS NOS TEXTOS DA REVISTA *VEJA*

A segunda linguagem, aquela que é usada pelo povo, executa-se pelo movimento dos membros, não talvez como pode imaginar-se, porque certas partes do corpo significam todo um discurso, por inteiro. A agitação, por exemplo, de um dedo, de uma das mãos, de uma orelha, de um lábio, de um braço, de um olho, de uma das faces, farão, cada uma de per si, uma oração ou um período, com todos os seus membros. Outros servem apenas para designar palavras, como uma ruga na testa, as diversas tremuras dos músculos, o reverso das mãos, as batidas do pé, as contorsões do braço; de sorte que, quando falam, com o costume que lhes é habitual de andar nus, seus membros habituados a gesticular seus conceitos, se mexem tão vivamente que não se diria um homem a falar, mas um corpo a tremer.

(Cyrano de Bergerac, Viagem aos impérios do sol e da lua, 1955, *sic*)

Se há séculos dizer que “o corpo, os gestos e as expressões da face falam” é um axioma verdadeiro, também o é afirmar que eles podem dissimular a verdade, já que não apenas se desenvolveram técnicas de interpretação dos gestos, mas também técnicas de controle do corpo nas aparições públicas. Assim o indivíduo se vê obrigado a refletir sobre o que externalizar a respeito de si mesmo.

Essa pedagogia dos gestos talvez seja hoje exercida ao extremo, sobretudo depois que a aparição pública está sujeita à exposição excessiva e acessível promovida pelas novas tecnologias de que dispõe a mídia. *Uma das conseqüências desses avanços tecnológicos, em consonância com algumas transformações históricas, é que a gravação da imagem e do som*

abriu a possibilidade de um olhar sobre si e de uma escrita de si, e, por conseguinte, de um tipo particular de auto-correção (PIOVEZANI FILHO, 2006b, p. 250).

Diante do inevitável assédio das câmeras (analógicas manuais ou automáticas, digitais, acopladas ou não a teleobjetivas de longo alcance, etc.), coloca-se como desafio, aos que a elas estão expostos, o controle da expressividade, a contenção calculada, a serenidade forjada, enfim, a busca dos efeitos que produzem um falar eficaz, adequado à circunstância e à apreciação dos demais agentes sociais envolvidos.

O controle da expressividade, sobretudo no que toca atualmente a postura das personalidades políticas expostas às e por meio das mídias, não é o suficientemente eficaz diante das objetivas. Nem mesmo o auxílio de empresas de marketing pessoal conseguem livrar as personalidades da exposição, por vezes denunciadora, por vezes ridicularizante, de algumas expressões corporais e de seus efeitos de sentido. As lentes da mídia têm o poder de explorar essa expressividade do corpo, ao qual se tentou ensinar, durante um longo processo histórico, a ficar em silêncio e permanecer impassível diante da atual política do olhar. Assim, o acaso dos gestos torna-se o ‘domingo’ da intenção fotográfica.

Se o rosto sabe falar e calar, as técnicas de escrita contemporâneas, como por exemplo a ampliação fotográfica do rosto, têm a capacidade de potencializar essas representações acerca da expressividade do rosto, atuando como uma espécie de “arte do detalhe”, assim como o faziam os tratados de fisiognomia desde o século XVI (cf. COURTINE & HAROCHE, [1988] 1994), mas com a diferença de que nas interpretações/adivinhações presentes nos tratados de fisiognomia a personalidade do homem interior poderia ser desvelada pelas marcas aparentes no corpo do homem exterior (o olhar recaía sobre um homem expressivo). No caso das interpretações apresentadas pela mídia, com suas técnicas de escrutínio do homem público, seu olhar tem que ultrapassar o homem moderno inexpressivo (treinado a se conter) e explorar tecnicamente os lapsos de sua expressão.

Valendo-se desse saber acerca da interpretação das expressões e contando com o desenvolvimento tecnológico atual, a mídia impressa explora não só a instantaneidade da fotografia e a possibilidade técnica de apreender uma série de instantâneos num tempo relativamente curto (o tempo talvez de uma piscada, de um suspiro ou de um esboço inicial de sorriso), como também explora a apreensão e a exposição privilegiada de apenas um indivíduo (que é mais impactante do que a foto de vários indivíduos, segundo manuais de *design* gráfico) e da focalização dos mínimos gestos, que por mais insignificantes ou breves que sejam fazem falar pelo rosto o que o verbo poderia eventualmente negar. Trata-se, portanto, de uma exploração do lapso da expressividade do rosto por meio da técnica fotográfica, que tem o poder de recortar, na descontinuidade do tempo da expressão facial, um ‘signo’ corporal.



Figura 13 - Veja, 19 de abril, 2006, p. 48, 49

Em nome da captação dos detalhes da expressividade, amplificou-se nas páginas da revista os gestos, os rostos, os olhares. A mentira e a verdade são expostas pelos indícios de lágrimas, de stress, de sorrisos esboçados, de testas franzidas, de mãos dispostas singularmente, que condenam ou redimem, em conformidade com a orientação seja dos títulos, dos subtítulos ou das legendas sobre os humores de quem foi fotografado. A aproximação é tamanha que o olhar-leitor tem acesso aos poros da pele, metáfora visual para a entrada do corpo, para a interioridade. Trata-se, portanto, de uma exploração limite da referencialidade e de um convite privilegiado à interpretação, algo como “*Veja com seus próprios olhos*”.

Como um exemplo de prática de escrita contemporânea, a multimodalidade do texto apresentado (Figura 13) explora não apenas as técnicas de manipulação fotográfica, tais como

o recorte e a ampliação, mas também se valem da “relação de homologia” passível de ser estabelecida entre as linguagens verbal e não-verbal de um texto.

A engenhosidade da relação que é tecida entre essas linguagens faz trabalhar o paradoxo inicial entre a afirmação do título do texto editorial “*O Sujeito Oculto*” e a fotografia que mostra excessivamente o que o título ironicamente afirma ocultar-se. Se estendermos nossa leitura ao subtítulo – “*O nome de Lula não aparece no texto da devastadora denúncia do procurador-geral, mas as peças do esquema, juntas, formam a imagem do maior beneficiário de tudo: o presidente*” –, é como se se tratasse de uma sintaxe multimodal em que a imagem assume o papel de aposto dessa oração complexa. Como um desdobramento, uma repetição, a ampliação fotográfica do rosto do presidente apresenta-se homologamente como o aposto verbal que finaliza o subtítulo do texto: “*o presidente*”.

Num deslize inevitável do olhar, não conseguimos não pensar no efeito derrisório dessa “relação de homologia” entre o título e a imagem, que possibilita a articulação d’ “*o sujeito oculto*”, manifesto verbalmente no título, com o ângulo que privilegia e destaca a deficiência física do atual presidente, na imagem fotográfica. O aspecto derrisório apresenta-se também na relação entre a legenda e a fotografia. “*Lula pode escolher que figurino quer vestir: o de presidente inepto ou o de patrono da quadrilha*”. Relação que se estabelece jocosa tanto pela orientação interpretativa sugerida pela exposição do gesto físico do presidente que, recortado para ser exposto como ilustração desse texto, deve ser interpretado como um signo de dúvida e de preocupação, dada as opções nada favoráveis: “*presidente inepto ou patrono da quadrilha*”.

No exemplar de Veja, de 20 de Julho de 2005, com o título de capa “*Mensalão, quando e como Lula foi alertado*”, temos mais um exemplo da exploração dessa técnica fotográfica de captação dos gestos, de ampliação e aproximação das expressões do rosto como signos a partir dos quais se pode traçar a personalidade, identificar os humores, ter acesso à verdade que, íntima aos gestos, se diz através deles. A relação instaurada entre a fotografia e o

título/legenda desse texto editorial apresenta ironicamente uma homologia no que toca à representação do gesto corporal e o significado do enunciado verbal em destaque.



Homologia irônica entre as duas modalidades de linguagem, porque ambas atribuem ao presidente a responsabilidade de saber do ‘mensalão’, apesar de sua real negativa, apesar da afirmação constante de seu desconhecimento. O gesto corporal, tomado como uma articulação de linguagem, enfocado e reproduzido na fotografia, remete para uma suposta auto-

responsabilização de Lula, gesto que poderia ser traduzido ambigüamente como uma afirmação “eu sabia”, “eu reconheço minha responsabilidade”. Acompanhando esse *mea culpa* gestual a afirmação verbal presente no título anuncia o “quanto ele sabia”. Aqui, o emprego do advérbio de intensidade precisa não apenas que o presidente sabia, quanto também que ele sabia muito. Além de destacar a quantificação, esse título sugere também a posição de saber daquele que informa, que sabe o bastante para afirmar o quanto Lula sabia.

A ambigüidade da afirmação “eu sabia”, pressuposta na representação do gesto corporal do presidente, instaura-se de modo a possibilitar que leiamos uma auto-confissão, ou seja, um gesto assinalando que o presidente assume esse saber, quando na verdade sua posição sempre foi a de negar que tinha conhecimento do ‘mensalão’. Pego pela câmera, o texto da revista faz supostamente o presidente falar a verdade por seu gesto, mesmo que ele a negue pelo verbo.

Roland Barthes ([1957] 2003b), num texto sobre *fotogenia eleitoral* indica que, segundo convenção fotográfica, *uma pose de frente acentua o realismo [...] e nela tudo exprime a penetração, a gravidade, a franqueza* (p. 164). Assim, esse gesto físico particular, apreendido furtivamente pela câmera de *Veja*, pode mentir (já que não se sabe em que contexto foi produzido) mas, para usar uma máxima corrente, mente para dizer maior verdade. De fato, essa articulação entre a foto e o título/legenda (Figura 14) faz com que, nessa relação semiológica entre o verbo e a imagem, o gesto aparentemente não consciente, não desejado, e, por isso, mais verdadeiro, produzido como um lapso, ateste a verdade a que o verbo pode se furtar, graças não a uma significação autônoma da fotografia, mas sobretudo ao endereçamento produzido pela legenda. Se a referencialidade do gesto não está visível na própria foto, é preciso preencher e precisar essa informação. O efeito de referencialidade da fotografia aqui é estabelecido pela conjunção entre a foto e sua legenda, no caso desse texto, seu título-legenda. Esse efeito é garantido pelo endereçamento preciso que as palavras aportam à fotografia num processo de interlegitimação. Essa relação de **interconstitutividade** dos sentidos estabelecidos

por meio dessa conjunção fazem com que, por exemplo, *legendas diferentes para a mesma fotografia com frequência produzam significados radicalmente diferentes ou até contraditórios* (GASKELL, 1992, p. 266).

É preciso considerar, portanto, que se a fotografia ainda goza de uma relação particular com o referente. Há entre as fotografias que ilustram os textos de *Veja* aquelas que inevitavelmente se ligam ao fato narrado e aquelas que podem participar de diversos textos. As fotografias ampliadas dos rostos e dos gestos parecem participar dessa última. Não há outras marcas que precisem o momento da fotografia, o contexto, a não ser os fragmentos verbais que lhe acompanham. É o caso do close no rosto do presidente na figura 13, é o caso do gesto do presidente na figura 14. No primeiro não se vê mais nada a não ser parte do rosto do presidente. No segundo, o fundo preto e a ausência de qualquer outro índice que pudesse precisar a circunstância na qual o gesto fora produzido, não permite ligar a essa foto um referente preciso. O mesmo acontece com os recortes fotográficos das várias personalidades políticas apresentados na figura 15.

Assim, as técnicas de escrita empregadas no texto (figura 14), como as técnicas fotográficas de close frontal, de ampliação, permitem a exploração de um gesto preciso, que independentemente do contexto em que fora apreendido, se ajusta ao motivo do texto editorial, manifestado no decorrer do texto conforme anuncia o título *Quanto ele sabia*, e no subtítulo *Depois de ouvir 29 ministros, senadores, deputados, governadores e assessores, VEJA descobriu que o presidente soube do mensalão bem mais do que admitiu oficialmente até agora – em Brasília, em Goiás e até na viagem à China –, o caso chegou aos ouvidos de Lula.*

No interior desse texto editorial são explorados ainda, como dissemos, mesmo que com menor destaque do ponto de vista do tamanho da fotografia, os gestos e as expressões faciais de algumas personalidades envolvidas no escândalo (figura 15, p. 58, 59). Olhos vermelhos, lágrimas, expressões faciais que lembram o embargamento da voz, mãos que enxugam os olhos

e o rosto, gestos com história, que podem indiciar culturalmente medo, arrependimento, culpa, sentimentos esses evidenciados graças a instantaneidade, o ângulo, ou seja, graças aos vários recursos fotográficos que participam da escrita dos textos de *Veja*. Sobre o tamanho dessas imagens, poderíamos ainda especular que para além de uma escolha estritamente da ordem técnica de apresentação e disposição do texto na página, trata-se também de uma escolha simbólica.

Assim como a ampliação, a redução das fotografias resguardam alguns sentidos e são exploradas por isso. Se considerarmos que *todas as imagens recobrem uma parte de incerteza e admitem a possibilidade de serem alteradas*⁸⁹ (BELTING, [2001] 2004, p. 294), sobretudo a fotografia em tempos de tecnologia digital, apresentar as técnicas de ampliação e redução como evidência de manipulação fotográfica é uma estratégia de escrita que pode eventualmente desviar o olhar leitor e sua consideração da possibilidade de trucagem, enfim, recobrir outras possíveis intervenções como a pose, a localização do fotógrafo no momento da tomada, a seleção promovida entre as diversas imagens apreendidas, a participação da legenda etc..

⁸⁹ “toutes les images recèlent une part d’incertitude et admettent la possibilité d’être détournées” (BELTING, [2001] 2004, p. 294)



Figura 1



Figura 5

É como se, ao evidenciar-se como manipulação técnica, ela atraísse o olhar para esse aspecto, podendo promover uma indiferença em relação às demais técnicas eventualmente empregadas.

Essa espécie de contrato de dizer verdadeiro inscrito **numa técnica que se anuncia como técnica** permite que reatualizemos, que confirmemos esse contrato. Segundo Belting ([2001] 2004), a respeito da fotografia como ponto de encontro de dois olhares: do fotógrafo e daquele que vê a foto, *nós vemos o mundo por meio de outros olhos, admitindo que eles também poderiam ser os nossos*⁹⁰ (p. 287).

Se considerarmos ainda a participação da instituição midiática que por meio de seu suporte emoldura a fotografia, o processo de confirmação desse contrato muda de escala. É porque delegamos, como leitores, o poder a uma instituição, como *Veja*, de olhar por nós e de nos apresentar o que vira (por meio de fotografias, entre outras linguagens), que esta instituição pode, invertendo o movimento de delegação do olhar, oferecer o que vira ao leitor (de modo ampliado ou reduzido), a quem então caberia, de fato, a interpretação.

⁹⁰ “Nous voyons le monde à travers d’autres yeux, tout en admettant qu’ils pourraient aussi bien être les nôtres” (BELTING, [2001] 2004, p. 287)

Não podemos esquecer que as imagens fotográficas na revista implicam uma dupla mediação da imagem: primeiro, da imagem tornada fotografia, apreendida num dado momento que já não é mais; segundo, da fotografia tornada texto na revista impressa, submetida às coerções do tamanho da página, da organização junto ao verbal, das intervenções que visam a recortar e a definir um *punctum* ao qual o olhar não resista, a livrar a fotografia de todo seu fundo ou contexto que pudessem dispersar o olhar, para que apenas o rosto ou um gesto corporal possam ser explorados em sua significação evidente.

A mediatização dessas imagens, estabelecida pela intervenção de várias mãos, de vários processos, desde sua apreensão fotográfica à sua inscrição como texto na revista, e numa revista semanal de informações como *Veja*, permite que elas existam, e que existam de um modo particular e significativo. Segundo Belting ([2001] 2004, p. 30), *o médium-suporte lhes confere uma superfície, ao mesmo tempo que lhes dota de uma significação e de uma possibilidade efetiva de serem percebidas*⁹¹. Por isso, nosso interesse particular por algumas técnicas empregadas nos textos editoriais de *Veja* que estabelecem a imagem como texto nessa revista, particularmente a ampliação e a focalização do rosto, sobretudo de personalidades políticas.

⁹¹ “Le médium-support leur confère une surface, en même temps qu’il les dote d’une signification et d’une possibilité effective d’être perçues. (BELTING, [2001] 2004, p. 30)

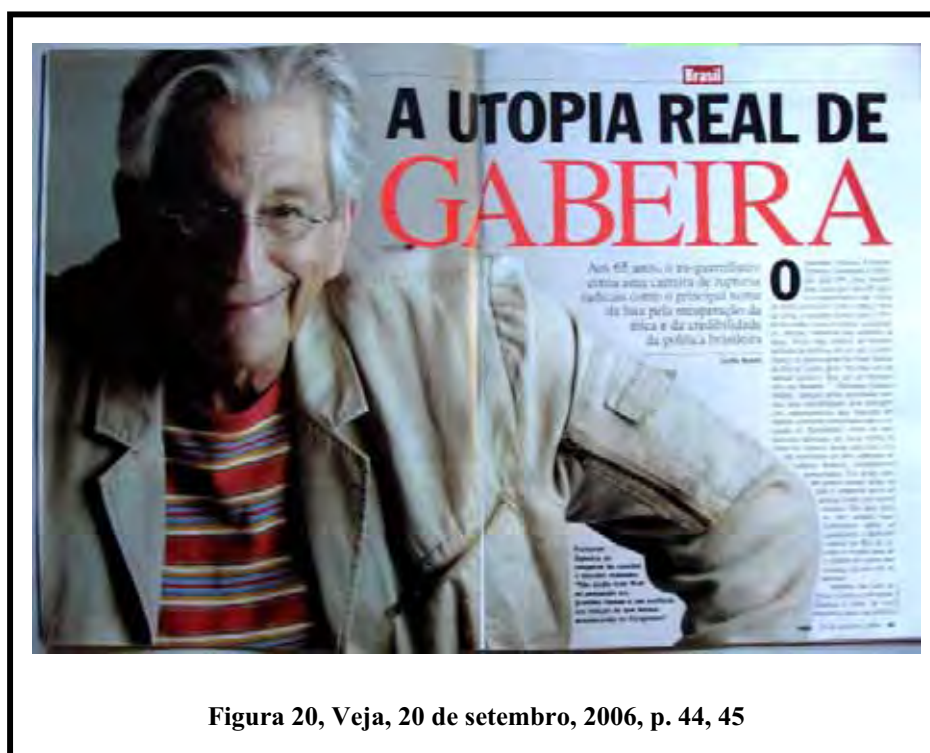


Figura 16 – Veja, 3 de maio, 2005, p. 44, 45



Figura 19 – Veja, 3 de agosto, 2005, p. 57, 58

A eficácia desse tipo de técnica fotográfica reside, em parte, como dissemos, no caráter instantâneo de apreensão do real e no imaginário instituído a respeito da fotografia, no que concerne sua referencialidade. Esse imaginário contempla, no entanto, variações. Há fotografias com maior credibilidade que outras, seja graças ao gênero textual que ilustram, seja graças às técnicas dispensadas em sua produção, seja graças ao simulacro de sua maior ou menor proximidade com o real, etc. Entre essas clivagens da produção da imagem fotográfica que definem regimes de apropriação diferentes, apresenta-se **o direito ou não à pose**.



De um lado, encontram-se as fotos com direito à pose, logo, fotos autorizadas, e como estamos sempre pensando nas fotos dos textos editoriais de *Veja*, tratam-se de fotos legítimas, de quem consente sua publicação juntamente com as

informações que lhe correspondem. São fotos sem tensão, fotos de comum acordo.

Do outro lado, encontram-se as fotografias apreendidas aparentemente de modo furtivo e clandestino, que ativam um imaginário de transgressão, de ousadia do produtor do texto, como é o caso dos exemplos que apresentamos anteriormente (figuras 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21).

Os efeitos de sentido produzidos por cada um desses procedimentos são bem diferentes. As imagens posadas têm um impacto diferente sobre o leitor, relacionadas a uma situação não

só consentida mas também feita com prazer, produzida necessariamente num processo, ao qual o leitor contemporâneo não é indiferente, nem desconhece totalmente, processo que implica iluminação específica, escolha de cenário, definição da pose, escolha das melhores fotografias, ampliação ou não, etc.. Já as fotografias que se apresentam como apreensões do acaso, aproveitam da ‘pose’ produzida pela instantaneidade dos gestos, simbolizando-se como uma prática de apreensão detetivesca e, por vezes, moralizante, e apóiam-se no interesse comum aos leitores pelos mínimos detalhes da expressão e dos gestos, que o close permite ver.

O efeito-testemunha, desejado com esse tipo de apreensão aparentemente clandestina, potencializado pela aproximação que só a tecnologia pode propiciar, pela nitidez que só o tratamento técnico pode garantir, (ou pela não-nitidez que insinuaria ainda mais a clandestinidade da apreensão fotográfica, ou a impossibilidade de uma foto melhor dada a brevidade do gesto), evidenciam ainda mais a imagem. Essa evidência abstrai mais ainda todo o processo de mediação a que ela foi submetida, quando de sua apropriação pelo leitor. Quando o leitor é exposto a uma imagem-testemunho, cabe a ele julgar o conteúdo fotográfico que, quanto mais aparentar verdadeiro, apresentar-se como verdadeiro, menos evidente torna-se a intervenção dos agentes implicados no estabelecimento do texto fotográfico.

Esse emprego da ampliação da fotografia, da focalização do rosto, não é uma técnica de escrita de *Veja* estritamente recente, como os exemplos apresentados poderiam dar a entender. Desde os primeiros exemplares dessa revista, em 1968, vemos seus textos se valerem dessas técnicas.



Figura 21, Veja, nº 6, 16 de outubro de 1968, p. 12, 13



Figura 22, Veja, nº 8, de outubro de 1968, p. 14, 15



Fig. 23, Veja, nº 2, setembro de 1968, p. 51, 52



Figura 2

Porém, a novidade em relação às primeiras edições de *Veja* encontra-se, hoje, na intensidade e na frequência do uso dessa técnica, possibilitada, sem dúvida, por uma série de avanços tecnológicos. Os exemplos apresentados (figura 21 até a 25) não são, portanto, a regra, e sim as excessões. Essas técnicas fotográficas, como fotos coloridas, ampliação, ocupação total da página, são exploradas mais intensamente nos 10 primeiros exemplares de *Veja*. Depois, o que se encontra são textos em que as imagens fotográficas são relativamente poucas, menores e, geralmente, em preto e branco, regra válida tanto para os textos editoriais quanto para os textos publicitários⁹². Seguem dois exemplos de textos editoriais de 1968, que representam a *mise en page* comum adotada nos textos da revista na década seguinte.



Figura 26, *Veja* nº 2, 18 de Setembro, 1968, p. 26, 27

⁹² Sobre as publicidades, ver exemplos no item a seguir, mais especificamente quando tratarmos do informe publicitário e da publireportagem.



Figura 27, Veja nº 2, 18 de Setembro, 1968, p. 28, 29

Imagens fotográficas menores, em preto-e-branco (talvez também por isso o emprego mais frequente de caricaturas, do que atualmente, as quais das poucas que são produzidas na ilustração dos textos editoriais são, hoje, produzidas eletronicamente e são todas coloridas), mancha da página maior e mais densa com a ocupação quantitativamente superior de texto verbal.

Gradativamente, em função do desenvolvimento técnico e do barateamento do processo, a revista *Veja* adota definitivamente as imagens coloridas em sua escrita, abrindo mão dessa orientação apenas quando o preto-e-branco da fotografia é empregado para significar, ou seja, com vistas a produzir certos efeitos que variam desde aquele de foto antiga, memorialística, àquele que remete ao aspecto ora sem-graça, ora sombrio do quê, ou de quem fora fotografado.

Mas tanto as possibilidades de manipulação desse preto-e-branco, quanto as homologias semiológicas entre verbal e não-verbal, ou mais especificamente entre legenda e fotografia, podem produzir outros efeitos de sentido.

Recentemente, no exemplar de *Veja* de 11 de Outubro de 2006, todas as imagens fotográficas, não apenas da capa mas também de toda a reportagem sobre Geraldo Alckmin, foram produzidas em preto-e-branco, mas não em qualquer preto-e-branco que pudesse remeter por exemplo a uma foto antiga, ou que pudesse ‘apagar’, ‘desbotar’ a figura do candidato. Ora com tons sépia, ora com tons de cinza, ora com tons esverdeados, o emprego do preto-e-branco nas fotografias produziu um efeito de sobriedade, serenidade, maturidade, tanto pelo trabalho com os tons como também pela exploração da homologia semiológica entre as fotografias e suas legendas, entre as ‘fotografias-título’ e os títulos. Como exemplo, há uma fotografia designada como aquela apreendida no momento da comemoração de Alckmin quando recebeu a notícia de sua votação que o levaria para segundo turno, legendada como “Comemoração *em família*. Geraldo Alckmin com a mulher, Maria Lúcia, e os filhos no apartamento da família no momento da confirmação dos números do TSE: *não houve brinde pela vitória* (p. 55, grifo nosso). A construção da imagem de homem de família que não bebe ajuda a reforçar esse efeito de sobriedade, serenidade, explorado nas imagens. Além da exploração da cor nas fotografias, todos os infográficos da reportagem, assim como o título e o subtítulo são apresentados em fonte cinza, ou sépia esverdeado, assim como na fotografia, mobilizando, desse modo, duas substâncias de expressão, imagética (fotografia e tipografia e seus respectivos usos de cores) e verbal, para a explicitação de um conteúdo em comum: a construção da imagem de um político sóbrio, com ideais republicanos – diferentemente de Lula, qualificado 2 vezes como ‘não-republicano’, nessa reportagem.

Voltando para os exemplos de textos editoriais de *Veja* de 1968 (da figura 21 à 25), eles nos interessam na medida em que nos indicam práticas de escrita próprias a esse objeto

cultural, a revista impressa, já consolidadas quando do surgimento da revista *Veja*, mas que foram sendo extensivamente desenvolvidas e empregadas na escrita dessa revista, reforçando a representação de um leitor que lê diferentemente este objeto cultural – a revista impressa – em relação aos demais objetos, e que cada vez mais o lê diferentemente, em função das demais injunções sócio-histórico-culturais que produzem uma prática de leitura mais geral tematicamente e mais ágil. Essa prática de leitura, representada em seu progressivo processo de aceleração, graças às técnicas que vimos analisando, é, na verdade, uma metonímia das demais práticas de nossa sociedade contemporânea.

Uma das representações das práticas de leitura desse objeto inscreve-se, desde seu surgimento, numa escrita mais aerada em relação a outros objetos culturais como o livro e o jornal, aeração que prevê e provoca uma maior descontinuidade na leitura. Se podemos afirmar que essa já era uma representação presente desde os primeiros exemplares, não podemos ignorar a acentuação e a sofisticação, ao longo do tempo, dessas técnicas de aeração da escrita, sobretudo dos textos editoriais. Essa mudança responde a uma representação baseada, como dissemos, numa crescente necessidade de aceleração da leitura, enfim, numa projeção de uma prática comum a um leitor cada vez mais impaciente e sem tempo, e que graças a seu progressivo acesso a outros objetos culturais e a outros modos de circulação da informação, como a internet, por exemplo, se vê diante de uma oferta de informações cada vez mais ‘ao vivo’, mais breves, mais rápidas e de mais fácil acesso que inevitavelmente reflete sobre suas práticas de leitura de outros objetos, como a revista.

Assim, as técnicas de escrita da revista *Veja*, em sua versão impressa, não se modificam apenas em função das novas possibilidades tecnológicas voltadas para sua escrita, mas também em função das novas representações culturais que emergem e se difundem acerca das vantagens dos outros objetos e das exigências do ‘novo leitor’, à medida que se criam novas técnicas, novos suportes.

Não estamos afirmando com isso que, dada a influência da internet, as práticas de leitura do impresso se tornarão mais fragmentadas, ou mais ‘hipertextuais’. O impacto sobre as práticas de leitura só poderá ser melhor compreendido com um certo afastamento histórico. No momento podemos hipotetizar algumas das repercussões sobre as práticas, não defini-las, já que os sujeitos e suas práticas tradicionais, em geral, se relacionam necessariamente com os novos objetos, como o faziam com os objetos antigos. O computador ainda é para alguns uma máquina de datilografar. Mas, sem dúvida, é dessa convivência que se constituem novas práticas, não totalmente indiferentes às tradicionais, mas nem por isso idênticas. Proclamar a ‘inovação’ total e absoluta das práticas de leitura próprias aos novos objetos, é ignorar, entre outros exemplos, que a terceira dimensão do texto (a profundidade, aquela que dá margem para o exercício da hipertextualidade) nasce com o códice, não com a tela.

Vimos, então, que entre as técnicas de escrita contemporâneas com vistas a tornar a leitura mais rápida e agradável ao olhos (além de eficaz do ponto de vista da atribuição de credibilidade à escrita dessa instituição midiática), destaca-se o processo de imagnetização dos textos. Logo, conforme correntemente se afirma, se uma imagem fala mais e melhor que qualquer palavra, faz-se necessário potencializar seus espaços de expressão, investindo no processo de imagnetização do texto, no aumento do volume de fotografias e outras imagens por página, no aumento do tamanho de cada imagem fotográfica na ilustração de textos editoriais.

Em exemplares mais recentes de *Veja* vemos, senão ressurgir uma prática de emprego extensivo da imagem fotográfica, que era comum ao fotojornalismo de revistas como *Cruzeiro* e *Manchete* (dessa última, lembro-me na minha infância de folhear um exemplar que fazia a cobertura de um dos Carnavais do Rio, que me impressionou pelo colorido do tema explorado em páginas e páginas, sem margens, compostas apenas de fotografias), pelo menos uma exploração mais constante da imagem como mensagem que fala por si só e que por sua considerável incorporação na escrita de alguns textos, apresenta-se-nos como representação de

uma prática de leitura. Para ilustrar essa ‘revisitação’ ao fotojornalismo, seguem alguns poucos exemplos retirados de dois exemplares particularmente.



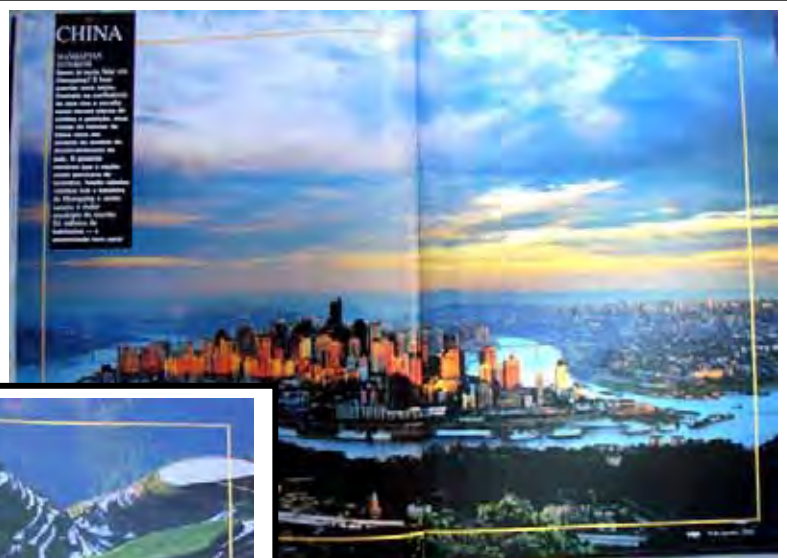
Fig. 28, Veja, 9 de agosto, 2006, p. 94, 95



Fig. 29, Veja, 9 de agosto, 2006, p. 96, 97



Fig. 30, Veja, 9 de agosto, 2006, p. 98, 99



01



Fig. 33, Veja, 9 de agosto, 2006, p. 104, 105

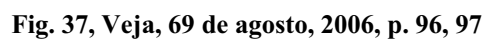
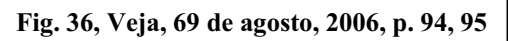
As figuras de 28 a 33 são alguns exemplos do emprego de fotografias de modo expressivo, tanto pelo tamanho das fotografias, que são ampliadas para ocuparem, cada uma delas 2 páginas da revista, sem margens, quanto pela quantidade, com que se apresentam.

Ao longo das 97 páginas (8 delas sob a forma de um encarte anexado no interior da revista) dedicadas à reportagem especial sobre a China, 33 páginas são compostas apenas com fotografias ampliadas, como mostram as figuras 28 a 33, 4 páginas são ocupadas apenas com infográficos, que incluem também pequenas fotografias. Das 60 páginas restantes desse texto editorial, apenas uma (página 166) apresenta uma fotografia que cobre aproximadamente 30% da página. As demais 59 páginas possuem entre uma e quatro fotografias que ocupam no mínimo 50% das páginas. Dessas, 8 páginas disponibilizam apenas uma coluna vertical para o texto verbal, cerca de 16% do espaço total da página dupla. Os pequenos fragmentos verbais empregados nessas páginas são marginais não apenas pelo tamanho, quanto também pela disposição na página, na margem superior ou inferior da esquerda da página esquerda, de modo a não roubar a cena da imagem. Para acentuar o tamanho dessas imagens, a margem, que define a mancha da página, aparece apenas esboçada em tom amarelo claro, como a prova de que a imagem a ultrapassa e ultrapassa o tamanho das páginas da revista.

Num outro exemplar de *Veja*, do ano de 2005, podemos observar esse considerável recurso à fotografia, graças, entre outras razões, ao seu poder de testemunho histórico. No exemplar, de 9 de agosto de 2006, cujo título de capa é “*A grandeza da fé*”, a reportagem principal se ocupa do sofrimento terminal do Papa João Paulo II. Das 14 páginas dedicadas ao tema, 8 delas são ocupadas com fotografias ampliadas (como nas figuras 34, 35, 36) e as 6 restantes têm 80% do seu espaço ocupado por fotografias (como nas figuras 37 e 38).



Nessas figuras (34, 35, 36, 37 e 38) podemos ver a exploração da técnica de ampliação da fotografia, da ocupação das páginas do texto editorial com imagens, mas também, no que diz respeito à figura 34, particularmente, além da técnica de ampliação, de close, e de apreensão de gestos precisos, vemos ainda a exploração da justaposição de várias fotografias que trazem para página uma tentativa de animação da imagen fotográfica.



Busca-se, no emprego dessa série fotográfica (figura 34) apreender e representar o movimento uma vez que a cristalização desses momentos parece tornar mais dramática a sequência. Convida-se o leitor a procurar a dor, seu ápice, em cada recorte fotográfico, a contemplar a manifestação da dor em sua gradação, em seus detalhes. Para as imagens em movimento, como no cinema e na televisão, para que se obtenha como efeito uma acentuação da carga dramática, são empregados além do close, outros recursos técnicos, como a câmara lenta. Tanto com a ampliação quanto com a câmara lenta, segundo Benjamin, *pode-se atingir realidades ignoradas por qualquer visão natural* ([1936] 1990, p. 213) podendo-se, assim, explorar a produção, a acentuação e/ou a atenuação de alguns efeitos de sentido.

Por essa justaposição de momentos que se inscrevem numa linha do tempo, numa progressão, busca-se restituir à fotografia uma falta que lhe é constitutiva, a da representação da temporalidade. Essa falta incita-nos a completar esses gestos, a recriar o que lhes antecede e o que lhes sucede em seu movimento. Para apreender os gestos em sua completude, *nós os animamos necessariamente no contexto de uma ação fílmica, completando a situação exposta, a montante ou a jusante, e a interpretando como o fragmento de uma continuidade que nós não saberíamos apreender com uma única imagem*⁹³ (BELTING, [2001] 2004, p. 286).

Assim, todos esses mecanismos técnicos da escrita midiática que visam a simular e a sustentar um falar verdadeiro se organizam sob a forma de uma rede de estratégias com o objetivo de antecipar e controlar os possíveis desvios dos sentidos, por parte do leitor. Chamamos a atenção para algumas delas em relação a essa técnica fotográfica: primeiro, o leitor não é exposto a uma fotografia isolada. A exploração dessa aparente transparência da fotografia, como narrativa e exemplo objetivo de um fato, constitui-se historicamente e, juntamente com uma série de elementos (a legenda, por exemplo), pode ‘ajustar’ a leitura que

⁹³ “nous les animons nécessairement dans le contexte d’une action filmique, en complétant la situation exposée en amont et en aval et en l’interprétant comme le fragment d’une continuité que nous ne saurions saisir à travers une seule image” (BELTING, [2001] 2004, p. 286)

dela deve se fazer. Segundo, não se trata de qualquer imagem, mas de uma foto (e isso já é muito significativo em função da relação desse tipo de imagem com seu referente); não se trata de uma fotografia exposta numa galeria, nem em uma revista de moda, mas de uma foto numa revista semanal de informações como a *Veja* (o que implica uma apropriação com vistas mais a seu caráter informativo do que estético, dado a especificidade do gênero editorial da revista e do gênero textual em que a informação é materializada). Terceiro, a fotografia não se trata de um texto em si, em sua totalidade, mas de uma das modalidades de linguagem que, segundo o gênero textual que estamos considerando (o texto editorial que se ocupa de questões da política nacional), compõem o texto em sua totalidade (daí ser extremamente importante pensarmos no modo como se constitui a “relação de homologia” entre essas modalidades de linguagem diversas e a repercussão dessa homologia para a produção do sentido, para a interpretação).

Enfim, a importância e mesmo predominância, em alguns textos editoriais, da imagem em relação ao verbal, sinaliza-nos um imaginário sobre as práticas de leitura contemporâneas, segundo as quais a forma e o modo de exposição dos textos são organizados a partir de uma perspectiva de legibilidade. Essa legibilidade constitui-se no estabelecimento de atalhos para a leitura, por meio dos quais o leitor pode realizar uma leitura mais dinâmica e seletiva dos textos. As imagens, além de funcionarem como forma de raptio do olhar-leitor, são também tanto informação quanto um atalho para a informação, ao menos para a informação verbal. As fotografias são um dos recursos de promoção de leitura panorâmica do texto, orientando a eleição e seleção dos textos de interesse do leitor. Elas são um modo de acesso à informação menos difícil, “de modo a evitar ao leitor apressado o incômodo das ‘descrições’ verbais, confiadas à imagem, ou seja, a um sistema menos ‘trabalhoso’⁹⁴ (BARTHES, [1963] 1993b, p. 1423).

⁹⁴ “[...] de façon à éviter au lecteur pressé l’ennui des ‘descriptions’ verbales, confiées à l’image, c’est-à-dire à un système moins ‘laborieux’” (BARTHES, [1963] 1993b, p. 1423)

A promoção de uma prática mais visual do que decodificadora, de um olhar mais panorâmico, de uma leitura mais ágil, mais entrecortável, graças à fragmentação característica dos textos de revista, não são técnicas de escrita que, anteriores às práticas de leitura, que delas se apropriam, as instituiriam. Na verdade, se nos valem da observação dessas técnicas para identificarmos a inscrição de práticas de leitura contemporâneas, não se trata aqui de atribuir a origem dessas práticas a essas técnicas, mas de ver nessas técnicas indícios dessas práticas, que lhe são contemporâneas. Paradoxalmente, essas técnicas de escrita que permitem uma maior liberdade do olhar leitor sobre o texto, liberando-o do compromisso com a linearidade e com a totalidade do texto, são também modos de instituir rotas de leitura, de antecipar as escolhas que o olhar leitor deve fazer. Na verdade, segundo Certeau ([1980] 1994), o leitor já dispõe de seu *habeas corpus* na leitura a partir do momento em que ela deixa de ser uma prática predominantemente oral e passa a ser uma prática silenciosa, apenas com os olhos. Conforme o autor,

Como o corpo se retira do texto para se comprometer com ele apenas pela mobilidade dos olhos, a configuração geográfica do texto organiza cada vez menos a atividade do leitor. A leitura se liberta do solo que a determinava. Afasta-se dele. A autonomia do olhos suspende as cumplicidades do corpo com o texto; ela o desvincula do lugar escrito; faz do escrito um objeto e aumenta as possibilidades que o sujeito tem de circular.

(CERTEAU, [1980] 1994, p. 271, 272)

Assim, vemos que as técnicas de escrita empregadas nos textos da revista visam antes a tentar controlar essa prática potencialmente livre do olhar leitor, do que necessariamente torná-lo apenas mais panorâmico, mais simples para escolher aquilo que se deseja de fato ler entre os textos da revista. É justamente porque o leitor conta com essa liberdade, que é preciso orientá-lo em suas escolhas por meio de técnicas de escrita que destacam partes do texto, que raptam o

olhar leitor, que o convidam à leitura de certos fragmentos e ao mesmo tempo o dispensam hipoteticamente de ler o texto em sua totalidade. Sem dúvida, prescindir da leitura da totalidade do texto parece contraditório diante do fato de que a revista escreve textos para serem lidos e seu sucesso está relacionado com o aumento no número de leitores e na capacidade de formar opinião sobre os assuntos que aborda em seus textos. Mas o interesse no emprego de suas estratégias de escrita, que garantiriam mais autonomia às escolhas dos leitores, reside exatamente na contemplação de uma prática que já é própria ao leitor e na orientação dessas escolhas ao longo dos textos, seja pelos protocolos de ordem tipográfica, infográfica ou fotográfica. É exatamente porque se sabe das derivas do olhar leitor sobre os textos de revista que é preciso incitá-lo em suas escolhas, chamar-lhe a atenção, incentivá-lo à leitura de alguns textos ou, antes, de alguns fragmentos dos textos.

3.2.O TEXTO PUBLICITÁRIO

O texto publicitário, a propaganda⁹⁵, que circulam em revistas, são, em geral, facilmente reconhecíveis pelas especificidades de seu gênero, pelos elementos de sua *construção composicional* como a dimensão, o tipo de diagramação, o tipo de caractere e por seu *estilo verbal e conteúdo temático*, cujo objetivo principal é o de promover a venda de um produto ou de um serviço. Sua filiação a uma tradição publicitária faz dele um texto em que deve vigorar a lei do menor esforço na sua apreensão, daí a necessidade de se valer de uma ilustração o mais sugestiva possível, seja do produto, ou do serviço, seja de um conceito, de um estilo de vida relacionado a esse produto ou serviço. A imagem fotográfica é a modalidade mais comum na ilustração desse tipo de texto, por sua proximidade com o referente e, também por essa razão, por sua capacidade de promover processos de identificação. A representação de personagens em situação de uso do produto contribui para essa promoção, conforme manuais de escrita publicitária. O tamanho da imagem também é importante: as propagandas em revista têm explorado mais freqüentemente o espaço de folhas duplas ou, então, se desdobram em 4 ou 6 páginas, compostas basicamente de imagens que se estruturam como uma sintaxe na apresentação dos benefícios ou características do produto ou do serviço que anunciam.

⁹⁵ Hoje em dia, não se faz geralmente a distinção entre publicidade (divulgação de produto com fins comerciais) e propaganda (propagação de um idéia, de um valor, de um ideologia, enfim), talvez em função de compartilharem os mesmos meios de circulação e/ou em função da própria mudança no ‘tom’ tanto das publicidades quanto das propagandas, ou seja, ambas atenuaram, de um lado, a perspectiva agressiva, apelativa de tornar público certos produtos, de outro, a perspectiva doutrinária. Vulgarmente, se fala de propaganda e publicidade indistintamente, podendo ser reconhecidas em sua identidade apenas em função do uso contextualizado dessas designações. Optamos também pela sinonímia entre os termos, embora façamos uso mais extensivamente do termo publicidade.

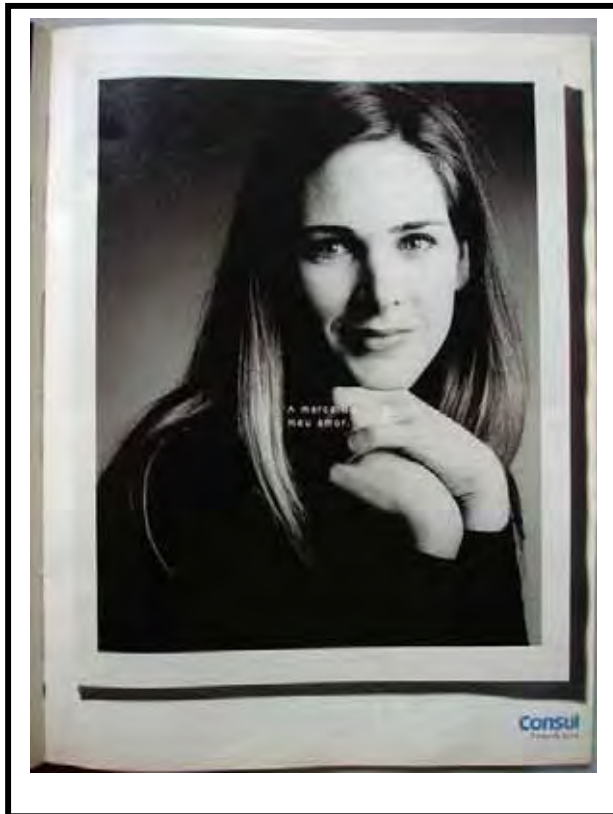




Figura 39, Veja, 26 de abril de 2000, p. 91, 93, 95, 97, 98, 99

A publicidade acima, apresentada ao longo de 6 páginas da revista, se vale quase exclusivamente de fotografias pessoais, em close, ampliadas, em preto e branco e envelhecidas, construindo um efeito de fotografias particulares, mais antigas, familiares. Graças à seqüenciação das fotos nas páginas essa publicidade sugere ainda o gesto de folhear de um álbum, corroborando valores memorialísticos e pessoais, numa homologia discursiva com o enunciado “50 anos presente nas nossas vidas”.

As formas pronominais empregadas nessa publicidade, como os pronomes possessivos de 1ª pessoa do singular (“*A marca do meu amor*”, “*A marca do meu carinho*”, “*A marca da minha infância*”, “*A marca da minha família*”), e o pronome possessivo de 1ª pessoa do plural em sua variante “*a gente*”, (“*Tem marcas que a gente carrega com a gente para a vida toda.*

Consul. 50 anos presente nas nossas vidas.”; “*Consul. Amiga da gente*”) atribuem o discurso, ou melhor, a voz ao leitor, ou a uma comunidade à qual o leitor é passível de identificação. Ambos os recursos, as fotografias pessoais e a projeção enunciativa em 1ª pessoa, são estratégias de produção de identificação. A produção de uma homologia discursiva entre as fotografias e os enunciados verbais contribui para um certo efeito de deslocamento de gênero: do publicitário, impessoal, para uma espécie de depoimento pessoal.

As estratégias de escrita da publicidade sempre se valeram da eficiência da conjunção das linguagens verbais e imagéticas, como vimos no exemplo acima. Essa conjunção se apresenta na adoção de uma forma padrão para o *layout*, com uma diagramação e fontes tipográficas reconhecíveis como próprias à publicidade, ou melhor, como distintas da tipografia dos textos de origem editorial. O *layout* é, desse modo, outro elemento de ordem visual que contribui para o pronto reconhecimento de uma publicidade, bem como seu destaque dos demais textos.

Quanto ao emprego da modalidade verbal nesse tipo de texto, este prima pela economia, pela concisão, por isso é preciso definir fórmulas capazes de sintetizar a mensagem verbal, ao mesmo tempo provocar certo impacto e ser de fácil memorização, como os *slogans*, fórmula curta, que mobiliza como recurso mnemônico *rimas, simetrias silábicas, sintáticas ou lexicais* (MAINGUENEAU, [1998] 2001, p. 171). A mensagem publicitária deve ainda simular a interlocução, dirigindo-se ao leitor como numa conversa pessoal, daí ser imprescindível o emprego de alguns recursos lingüísticos como o pronome ‘você’, presente nas próximas publicidades⁹⁶.

⁹⁶ No último item deste capítulo trataremos de modo mais específico dessa questão dos modos de interpelação característicos de textos publicitários.



Figura, 40
Veja, 6 de Abril,
2005, p. 6, 7, 8, 9,
10, 11

Além das características comuns ao exemplo anterior (figura 39), como a ocupação de mais páginas, predomínio da fotografia, emprego de imagens passíveis à produção de identificação, economia da linguagem verbal, vemos reiterada nessa publicidade do Banco Bradesco (figura 40) a forma dialogal sugerida pela interpelação do leitor-cliente pela forma pronominal empregada “sua”, correspondente à interpelação pelo pronome de tratamento “você”, comum nas propagandas. Diferentemente do outro exemplo, este não apresenta logotipo nas duas primeiras partes da publicidade. Apesar de se poder pressupor que se trata de uma publicidade e de se poder afirmar que se trata de uma publicidade de um banco (“Um banco tem que ser completo para a sua alegria também ser”), o único traço que remeteria a que banco a propaganda remete é a inscrição em branco do enunciado sobre a faixa vermelha. Na verdade, esse referencial mínimo do produto, do serviço, da empresa, contribui para a apresentação mais agradável da publicidade, mais prazerosa de se ver graças ao conteúdo e a forma da fotografia, corroborando os valores de alegria e de tranquilidade enunciados também verbalmente nessa publicidade.

Numa gradação, no próximo exemplo, a estratégia de prolongar a publicidade ao longo de várias páginas e de prorrogar a descoberta do que de fato a publicidade anuncia, se sofisticava ainda mais, produzindo um efeito humorístico, amparando-se em clichês sociais.

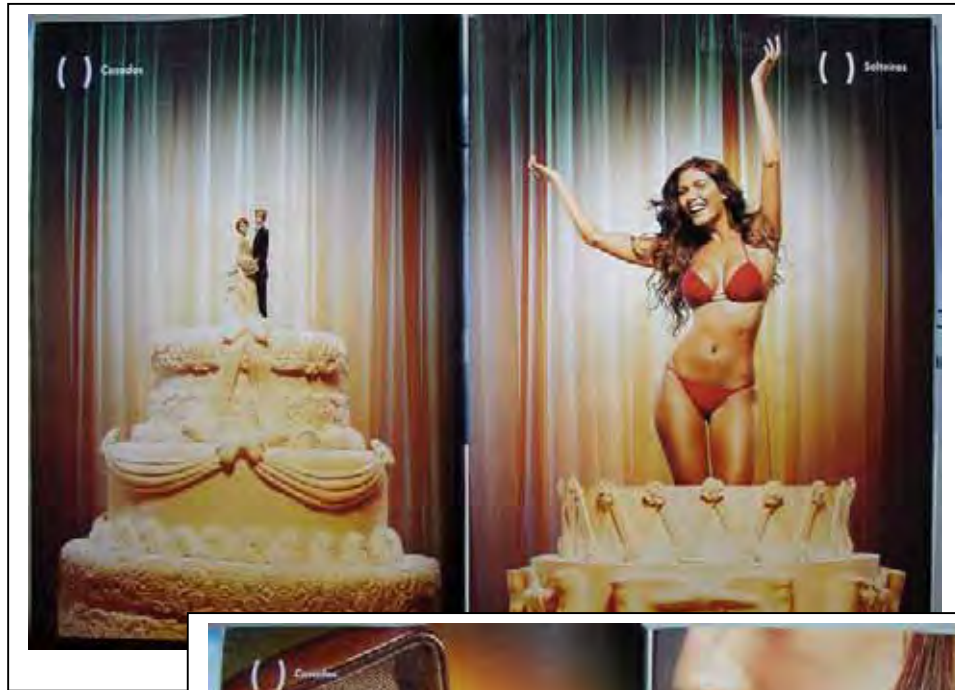




Figura 41, Veja 3 de maio, 2006, p. 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

Além da conjunção das linguagens verbal e não-verbal na sua produção, a publicidade sempre se relacionou estreitamente com o meio no qual circula. A escrita da publicidade sempre soube se valer das especificidades de seu suporte e do gênero tipográfico que lhe é característico, isso porque a publicidade *é o metamedium por excelência que 'fala' por qualquer um dos media e se formula de acordo com a linguagem particularizada de cada qual* (COSTA LIMA, 1990, p. 54). Essa relação estreita com o suporte é a responsável, segundo Barthes ([1968] 1994b), por uma progressiva atenuação da mensagem publicitária, já que se o gesto publicitário pôde, em seu início, ser considerado como agressivo, o mesmo se torna cada vez mais um *gesto integrado*.



Figura 42, Veja, 30 de Agosto, 2006, p. 23, 24

Nas figuras 42 e 43 vemos dois exemplos de modos de exploração da forma do suporte. Na figura 42, temos um exemplo de exploração da materialidade da folha empregada na revista, mais especificamente da transparência da página, que colocada contra o sol, conforme a própria orientação inscrita no corpo da publicidade, só então revela a mensagem verbal cifrada. Nesse exemplo explora-se a homologia entre vários elementos semiológicos constitutivos do texto, tais como a representação de um suporte antigo (um papiro), de uma caligrafia manuscrita, de uma letra capital, desdobrando, todos, a construção de um valor ‘de tradição’.



Figura 43, Veja, 7 de Setembro de 2005, p. 27, 28, 29, 30

Na figura 43, por exemplo, explora-se a apresentação do texto como se fosse uma dobradura, forma que incita a curiosidade a respeito de seu conteúdo, sobretudo num exemplar do dia 7 de Setembro, em que essa dobradura é a bandeira do Brasil.

A emergência e o atravessamento discursivo contemporâneo do ‘politicamente correto’, cujos discursos se caracterizam ora pelo ‘engajamento social e ecológico’, ora pela ‘contemplanção das diferenças’, vêm provocando uma mudança significativa da linguagem da publicidade, da propaganda⁹⁷, representada na adoção de uma postura menos agressiva comercialmente, de uma linguagem mais amena e aparentemente menos interessada na venda do produto. Isso é sensível em propagandas que abrem mão até mesmo de ilustrar seu produto no texto. Não é preciso vender apenas seus produtos, mas a imagem de empresa engajada em causas sociais.

⁹⁷ As primeiras publicidades diziam respeito às poções milagrosas, aos remédios de senhoras idosas, enfim, a produtos mágicos. Atualmente, fruto da vigília de consumidores, em geral, de críticos, da concorrência, essa atenuação da agressividade ou daquilo que hoje é considerado de mal-gosto ou politicamente incorreto na publicidade pode ser exemplificado com as atuais regulamentações do CONAR (Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária), que passam a valer a partir de 1º de Setembro/2006, e que proíbem propagandas como da Batom, em que se empregava a forma imperativa e repetida de enunciados como “Compre batom!”; ou propagandas como das tesourinhas Mundial, em que modelos infantis enunciam “Eu tenho, você não tem!”, o que se caracteriza como injunção direta ao consumo; ou ainda, propagandas como da Danoninho, que se valem de informações enganosas, como “Vale por um bifeinho!”; ou propagandas de produtos infantis que enunciavam por meio de imperativos “peça para o papai”, “peça já para mamãe”, ou “Faça como eu, use...”; ou ainda propagandas capazes de provocar discriminação.



Em relação a esta última, recentemente, na França, foi proibida a circulação da marca “Banania”, que desde sua fundação em 1915, empregava na ilustração de seus produtos a imagem de um africano senegalês, sorridente, com o slogan “Y’a bon”. Conforme os críticos dessa publicidade, essa representação lingüística reflete uma imagem negativa, de analfabetismo, de não domínio do francês padrão, e ainda torna suscetíveis a apelidos pejorativos, as pessoas advindas das ex-colônias francesas, como “le bon noir”, ou “le banania”.

Além de outros tantos exemplos, como do Banco Real que divulga em sua publicidade não um novo serviço bancário mas precisamente a adoção de talões de cheque recicláveis (Veja, 27 de julho de 2005, p. 20,21), essa mesma preocupação aparece em outra publicidade, dessa vez da NATURA, não apenas manifesta verbalmente, mas também pela escolha e especificidade da própria superfície de inscrição, ou seja, do próprio papel. O papel empregado nessa publicidade é reciclado, diferente daquele empregado pela revista. Nessa publicidade são representadas as imagens de plantas nativas da mata atlântica, com inscrições manuscritas,



numa homologia semiológica de elementos que remetem ao ‘natural’, ao ‘artesanal’.

Quanto à leitura do texto publicitário, como movimento físico, pode-se definir um percurso do olhar leitor, que no caso do ocidente, fundamenta-se na sequência da esquerda para direita, de cima para baixo, conforme o texto verbal. No caso das imagens, que predominam nas publicidades, ou a própria configuração da *mise en page* desse texto que orienta que se leia a

publicidade como imagem, pode-se constatar uma série de orientações.

Se considerarmos que essas orientações se fundamentam numa propriedade relativa à apreensão da fotografia que, segundo as análises de fotografias apresentadas por Barthes ([1980] 1984), não é necessariamente global, já que há trajetos do olhar que definem sua leitura⁹⁸. Enfim, há técnicas de produção da imagem fotográfica, empregadas nos textos publicitários, que se apresentam como *protocolos* para sua apreensão⁹⁹.

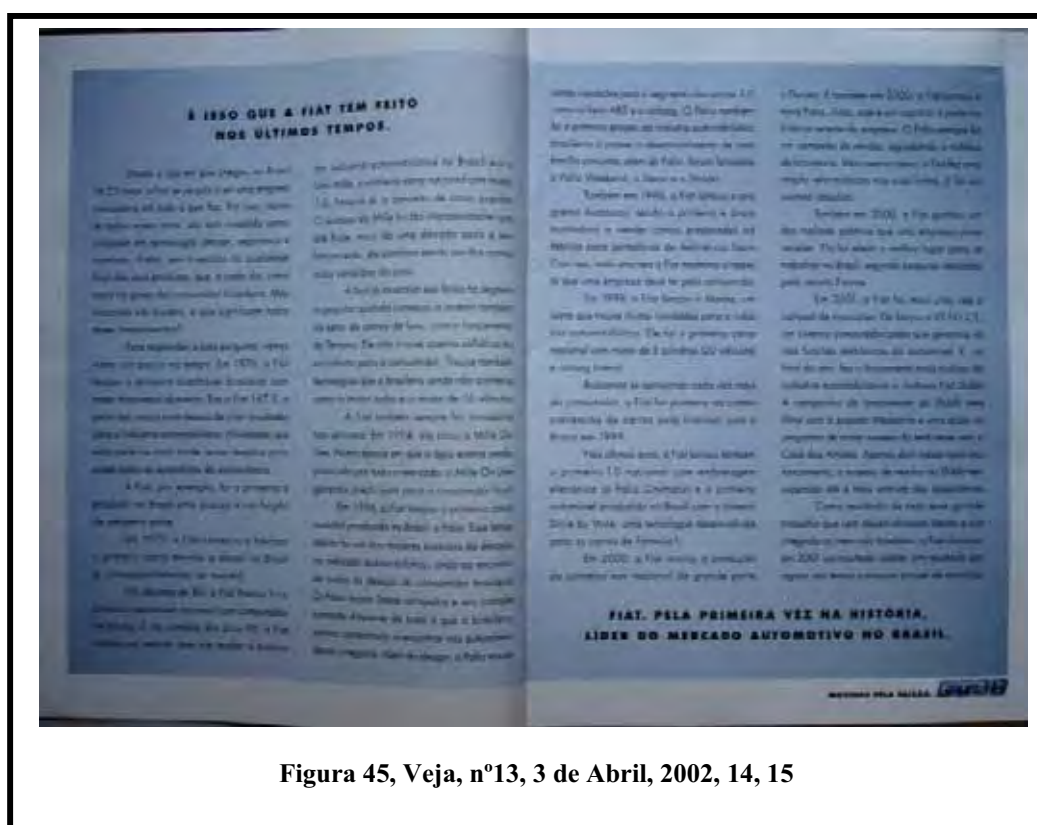


Figura 45, Veja, nº13, 3 de Abril, 2002, 14, 15

⁹⁸ George Péninou (*apud* JOLY, 2003), especialista em imagens publicitárias, afirma que há configurações privilegiadas nessa imagem, que segundo ele são: a *construção focalizada* (linhas de força como traço, cores, iluminação, formas) que convergem para um ponto do anúncio; a *construção axial* (o produto é colocado no eixo do olhar, geralmente no centro do anúncio); a *construção em profundidade* (o produto é colocado no plano frontal da cena); a *construção seqüencial* (como o olho percorre o texto publicitário, como exemplo, a construção em Z). Segundo essas construções são regidos os passeios do olhar sobre o texto.

⁹⁹ Apesar de não tratar especificamente da fotografia de imprensa nessa obra, podemos caracterizar como um protocolo de leitura, embora dependa em muito do olhar que lhe lança o leitor, a noção de *punctum* (*aquilo que punge*) da qual fala Barthes ([1980] 1984): trata-se de um ponto na fotografia para o qual, por razões de diversas ordens, nosso olhar é atraído e no qual se detém, ou seja, não apenas se dirige, por vezes, em primeiro lugar, mas também permanece fixo mais que em outros pontos: um detalhe que atrai, sem razão específica, e de pontos de vista variados. *O punctum [...] trata-se de um suplemento: é o que acrescento à foto e que todavia já está nela* (BARTHES, [1980] 1984, p. 85).

É o caso dessa publicidade da Fiat que analisamos em nossa dissertação de Mestrado (CURCINO FERREIRA, 2003, p. 33, 34). Esse texto ‘revela’ uma representação de leitor explícita no jogo com as formas tradicionais de apresentação do texto publicitário.



Figura 46, Veja, nº13, 3 de Abril, 2002, 16, 17

Supondo uma leitura visual, panorâmica, assim como um movimento de olhar específico sobre as páginas, esse texto publicitário nos interessa particularmente já que apresenta não apenas sua suposta primeira versão, como também sua reescrita que se adequaria, então, ao leitor-modelo desse gênero textual, mas também apresenta-se como marca de uma tendência que começa a ser explorada na escrita de publicidades.

Se a publicidade, conforme enuncia essa propaganda em sua segunda parte, é dirigida mais exclusivamente ao olhar, do que propriamente à leitura-decodificação de informações, como apresentado na primeira parte dessa publicidade, essa posição, hoje, sofre algumas

alterações. Isso não significa necessariamente uma inversão dessa posição, mas sim um exercício que tem se tornado relativamente constante de negociação entre a publicidade para o olho e a publicidade para a leitura-decodificação.

Essa tendência informativa dos textos publicitários, que exige uma prática de leitura de decodificação, não abre mão, no entanto, da linguagem que lhe é há muito característica, ou seja, uma linguagem leve, eufórica, lúdica, sem solenidades.

Essa mudança na escrita de alguns textos publicitários visa a agregar valores à publicidade, por meio da incorporação de técnicas próprias aos textos editoriais, o que, segundo Lipovetsky ([1987] 1989), faz eco às metamorfoses do indivíduo contemporâneo. Esse fenômeno

procura menos provar a excelência objetiva dos produtos do que fazer rir, fazer “sentir”, provocar ressonâncias estéticas, existenciais, emocionais. Essa espiral do imaginário corresponde ao perfil da individualidade “pós-moderna” [...]. Ao invés da coerção minuciosa, a comunicação; no lugar da rigidez regulamentar, a sedução; no lugar do adestramento mecânico, o divertimento lúdico.

(LIPOVETSKY, [1987] 1989, p. 190)

As mudanças da publicidade integram em sua ordem a liberdade de escolha de seus leitores, o aleatório dos movimentos subjetivos na apropriação dos textos, os valores que ela sabe serem compartilhados entre seus leitores-clientes, mas que ela também ajuda a instaurar. Com suas mudanças, uma nova escala de controle, de orientação da leitura, se instala.

Segundo afirmou Barthes, o que define um texto publicitário *é exatamente não poder mascarar sua origem comercial* ([1968] 1994b, p. 507). De fato, não se mascara sua origem comercial, seu fim, mas se pode mascarar, e é o que discutimos a seguir, seu modo de apresentação, mudando o enfoque da orientação comunicativa de seu gênero. Essa capacidade de adequação e de exploração técnica das propriedades materiais e simbólicas do suporte, mas

também do gênero e da instituição midiática, contribui para uma mudança na linguagem publicitária. Mudança que implica numa nova visibilidade para esse gênero textual.

3.2.1. GÊNERO MISTO OU NOVO GÊNERO?

Toda publicidade anuncia o produto, mas também conta outra coisa¹⁰⁰

Roland Barthes

Há na economia dos textos de revista aqueles que são feitos tradicionalmente para serem lidos e outros para serem vistos¹⁰¹. É graças a sua pertença a um gênero textual, a um gênero tipográfico, a um meio de circulação e a uma certa tradição de sua apropriação que se define essa economia. Como dissemos anteriormente, algumas estratégias de escrita dos textos de revista impressa contribuem para a promoção de mudanças nos modos de apropriação desses textos, podendo instituir, entre outras, uma maior intercambialidade entre os tempos de permanência do olhar sobre os textos.

A organização dos tempos de leitura dos textos na revista parece-nos projetar dois movimentos do olhar leitor: **um movimento de aceleração e um movimento de fixação** do olhar. Esses movimentos, segundo os quais ora se ‘corre o olhar’ pela página, ora esse olhar é atraído e fixado sobre um elemento, têm se alternado em seus papéis em função das estratégias de escrita empregadas. Essas estratégias têm explorado as diferenças e os limites que definem a identidade dos tipos de textos que circulam nesse objeto cultural.

¹⁰⁰ “toute publicité *dit* le produit (c’est sa connotation) mais *elle raconte* autre chose (c’est sa dénotation). (BARTHES, [1963] 1993a, p. 1146)

¹⁰¹ Referimo-nos, nesse momento, à leitura como o processo de decodificação da linguagem verbal em toda sua extensão textual. A divisão que identificamos entre textos feitos para serem lidos e textos feitos para serem vistos, diz respeito às práticas de leitura em sua relação com o tempo dispendido para sua realização. Sem dúvida, ambas as práticas correspondem à leitura, já que essa não prescinde da visão, antes trata-se de um gesto, conforme Certeau ([1980] 1994) que se tornou, há três séculos, uma obra da vista. ‘Ver’, aqui, não significa não ler, antes trata-se de um modo de ler específico, um modo de ler mais panorâmico, no qual se exigiria menos engajamento da atenção, em função da especificidade de seu gênero, tipográfico e textual. Não ignoramos a multiplicidade de práticas e a diversidade de gestos que se apropriam dos textos de revista. Apenas buscamos traçar algumas regularidades, para fins metodológicos de nossa análise, a partir da inscrição desses gestos na escrita desses textos, o que necessariamente nos obriga a tentar identificar, selecionar e categorizar, quando possível, essas divisões-distinções.

Os textos editoriais, supostamente feitos para serem lidos, ganham uma dimensão visual que faz com que possam ser mais vistos do que lidos. Os textos publicitários ganham uma dimensão verbal que faz com que devam ser lidos (decodificados) e não apenas vistos (de modo mais panorâmico). Tratam-se de mudanças na escrita desses textos que se caracterizam pela simultaneidade na apropriação de fórmulas de um tipo de texto pelo outro. De um lado, o texto editorial torna-se mais breve, mais imagético, de outro o texto publicitário apresenta-se mais extenso no emprego da modalidade verbal, mais informativo.

Paradoxalmente, as estratégias de escrita empregadas no texto editorial para produzir uma maior fluidez na leitura são também aquelas responsáveis pela fixação, pelo retardamento do olhar. Alguns procedimentos de escrita, tais como a imagnetização da tipografia, o emprego da infografia, a exploração da fotografia, são os responsáveis por essa atração e fixação do olhar leitor. Ao mesmo tempo, essas estratégias promovem uma maior velocidade na leitura do texto, já que o antecipam, o resumem, atuando, pois, como atalhos-resumo para o conteúdo do texto. Assim, graças a esses *protocolos de leitura* se promove uma prática de leitura mais panorâmica do texto editorial.

Nos textos publicitários, que tradicionalmente são feitos para serem vistos graças, entre outras características, ao predomínio da imagem, têm sido exploradas algumas estratégias para que os mesmos sejam lidos, ou seja, decodificados. Para tanto, seu espaço de manifestação e a quantidade de informações verbais foram ampliados, sua linguagem, além de menos explicitamente comercial, constrói-se como informação, apresenta-se mais conceitual, mais engajada com problemas reais, em conformidade com uma preocupação crescente e atual de construir uma imagem ‘politicamente correta’ das instituições comerciais.

Assim, num movimento contrário ao das mudanças do texto editorial, o objetivo dessas mudanças do texto publicitário é o de tornar mais lento o movimento do olhar leitor, de prolongar o tempo de fixação do olhar.

Esses empréstimos recíprocos de técnicas de escrita são indícios dessas tentativas de exploração, nos textos, das diferentes dinâmicas de leitura, logo, são lugares privilegiados para se apreender as representações de práticas de leitura desse objeto cultural, a revista impressa.

Bakhtin ([1952-1953] 2000), em sua conceitualização dos gêneros, classifica em *gêneros primários* aqueles próprios às atividades comunicacionais mais simples e *gêneros secundários* aqueles referentes às atividades mais complexas de comunicação. Há entre esses tipos de gênero, segundo o autor, uma constante negociação, possibilitando assim a complexificação do processo de mudança característico e inerente à ‘vida’ dos gêneros.

A possibilidade de reconfiguração de um gênero instaura-se por meio seja de empréstimos de algumas características de outro gênero, seja pela complexificação específica de um gênero primário em secundário. Suas estabilidade/instabilidade relativas são a condição primeira para que os gêneros possam mudar ou hibridizarem-se, sem que com isso deixem de ser compreensíveis.

Em nossa análise dos textos de revista impressa de informação, vimos que há um tipo de texto, cuja emergência é relativamente recente, que é um bom exemplo de gênero em processo de hibridização. Trata-se de uma publicidade com ‘aparência’ de texto editorial, ou seja, um anúncio descaracterizado quanto a sua forma, quanto a sua *construção composicional* e seu *estilo verbal* jogando temporariamente com seu *conteúdo temático* comercial.

A análise desse gênero híbrido nos interessa na medida em que ele configura uma certa mudança na prática de escrita midiática, apontando-nos, pela diferença que estabelece com as práticas de escrita anteriores, um ponto de partida para nossa reflexão acerca das possíveis projeções de práticas de leitura¹⁰².

¹⁰² Lembramos que a inscrição da leitura no texto pode ser apreendida a partir da consideração de duas ordens discursivas: a ordem da textualização e a da materialização e circulação dos textos. A primeira diz respeito à apreensão do que é dito diretamente acerca dos leitores e das expectativas de suas leituras, em seções como “Carta aos Leitores”, e também do que é manifesto verbalmente pelos próprios leitores em seções como “Carta dos leitores”, bem como do que é dito indiretamente, pelo *estilo verbal* do texto, pelas escolhas vocabulares. A segunda ordem, intrinsecamente ligada à primeira, refere-se ao como o dito se manifesta e em que suporte, ou seja, sob a forma de que *gênero textual* (publicidade, editorial), sobre qual superfície (impressa ou digital), e qual

Para nossa análise desse gênero híbrido focalizamos nossa atenção não apenas nos enunciados verbais ou nas imagens ilustrativas desses textos, mas sobretudo no modo como eles são apresentados aos nossos olhos, para nossa leitura. Para isso, nos foram de extrema funcionalidade as noções de *construção composicional* (BAKTHIN, [1952-1953] 2000) e de *mise en page* (CHARTIER, [1985] 1996; [1994] 1998).

A primeira noção participa dos elementos elencados por Bakthin que compõem o gênero discursivo, a saber: o *conteúdo temático*, o *estilo verbal* e a *construção composicional*. A segunda é empregada por Chartier na sua diferenciação entre as formas de textualização (*mise en texte*) e de composição dos textos (*mise en page*).

A *construção composicional*, como já vimos no item 2.3, é a responsável pelo ‘*acabamento*’ da unidade de comunicação verbal, possibilitando ao interlocutor inferir a totalidade da estrutura do gênero, desde o início da apropriação do texto, a partir de sua imagem gráfica.

A *mise en page* corresponde relativamente a essa noção de *construção composicional* já que se trata de um procedimento que na produção do texto restringiria-se à apresentação, à composição do texto na página e dessas páginas no suporte. Chartier ([1985] 1996), com vistas a destacar a importância dos dispositivos formais de apresentação dos textos para a produção dos sentidos, para a apropriação, distingue *dois conjuntos de dispositivos, freqüentemente confundidos*: o primeiro referente à produção dos textos, o segundo aos dispositivos de produção dos livros ([1985] 1996, p. 95). Em conformidade com os procedimentos especificamente textuais, a *mise en page*, também apresenta “instruções” ao leitor de como o texto deve ser lido. Trata-se do modo como o texto é apresentado, disposto, organizado na superfície de inscrição de um dado suporte. Logo, esse modo de apresentação diz respeito à composição do texto na página e à sua localização e acomodação à forma do suporte. Essa

o lugar institucional por meio do qual o texto pode e deve ser enunciado, a partir do qual ganha legitimidade, coerência, valor (Veja, Folha de São Paulo, Jornal Nacional etc.). Em nossa análise vimos nos dedicando mais especificamente à segunda.

composição corresponde aos procedimentos tipográficos, de impressão e que podem, segundo o autor, *sugerir leituras diferentes de um mesmo texto*.

Considerando uma certa confluência entre essas duas noções, a *construção composicional* e a *mise en page*, no que toca ao modo de apresentação do texto, empregamo-las como noções complementares e intercambiáveis, na análise do *Informe publicitário* e/ou da *Publireportagem*¹⁰³, ambos, publicidades que se valem do estilo editorial de outros textos aos quais se avizinham.

Conforme as leis que regulamentam a publicidade no Brasil, esse gênero híbrido deve ser expressamente designado, de modo facilmente identificável pelo leitor, segundo os artigos 28 e 30 do código de ética estabelecido e regulado pelo CONAR (Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária)¹⁰⁴. No entanto, como veremos com a análise de alguns exemplos, essa diferenciação dos espaços editoriais e publicitários vem se nuançando de modo a tornar esses diferentes textos muito semelhantes em sua apresentação.

Esses jogos com as ‘aparências’ dos textos mobilizam um saber, uma memória, relacionados à capacidade de reconhecimento, por parte do leitor, da *construção composicional*, enfim, da *mise en page*, que distinguiria esses textos, que os identificaria em suas especificidades. Reconhecimento que incide sobre a interpretação, produzindo efeitos antes mesmo da decodificação *stricto sensu* do texto.

Esses Informes Publicitários/Publireportagens são um tipo de texto camaleão, já que se camuflam adotando a aparência do meio onde se encontram, ou seja, dos textos que lhe são adjacentes. Essa camuflagem corresponde a uma tentativa de dissimular a publicidade por

¹⁰³ Em Portugal é designado como *Publicidade redigida*, em alguns países Africanos de língua portuguesa como *Publieditorial*, na França como *Publireportage*, *Publirédactionnel*, *Publi-information* e *Information Commerciale*.

¹⁰⁴ Código de ética do CONAR: Art. 28 “O anúncio deve ser claramente distingüido como tal, seja qual for a sua forma ou meio de veiculação”; Art. 30 “A peça jornalística sob a forma de reportagem, artigo, nota, texto-legenda ou qualquer outra que se veicule mediante pagamento deve ser apropriadamente identificada para que se distinga das matérias e não confunda o consumidor”.

meio de uma *construção composicional* que deve, senão confundir, pelo menos, retardar a apreensão imediata do conteúdo publicitário.

O objetivo é duplo: reter o olhar-leitor por mais tempo sobre a publicidade e contar com um hábito de leitura e com a credibilidade do texto editorial, sem abrir mão de marcas que garantam sua identificação como publicidade. O disfarce temporário, o atraso na revelação de sua identidade garantem ao texto seu objetivo publicitário e impedem que este sofra sanções pela quebra do princípio de identificabilidade.

A exploração dessa propriedade camaleônica nos interessa na medida em que o texto editorial, quando empresta sua *construção composicional*, sua *mise en page* para outro gênero textual, a publicidade, o faz graças a sua co-presença em um gênero tipográfico e em um suporte, os quais, em função de sua estreita relação semiológica e institucional, autorizam esses empréstimos.

Observamos, desse modo, uma mudança na publicidade que, conforme o grau de semelhança, usufrui das prerrogativas de leitura próprias do texto editorial.

Essa mudança diz respeito a um jogo complexo de representações culturais das práticas de leitura que, entre outras, divide os textos de revistas impressas entre aqueles que são lidos, (decodificados) e aqueles que são vistos, (olhados mais panoramicamente). O empréstimo da *construção composicional* do texto editorial possibilita uma certa extensão de efeitos como os de informatividade e credibilidade, para a publicidade, tornando-a um texto a ser lido. Além disso, essa apropriação pela publicidade “do jeito de ser editorial” – adotando não apenas a *construção composicional* de um gênero, mas também o seu *estilo verbal* e, em certa medida, seu *conteúdo temático* – agrega ainda um valor contemporâneo muito explorado: o direito à informação.

O texto publicitário, com o objetivo de se desvencilhar de uma imagem impositiva ligada à propaganda, propõe-se, com essa nova forma de apresentação, a informar seu

consumidor potencial com mais detalhes sobre o produto, dando-lhe razões científicas, sociais, mas também políticas para a compra, respondendo a uma demanda do tempo moderno: a de ser ‘politicamente correta’.

Essa apropriação da ‘aparência’ de um texto por outro, trata-se, portanto, da exploração de uma espécie de **expansão semiológica**, segundo a qual o raio de ação de um texto se amplia, produzindo outros efeitos apoiados num saber acerca das práticas de apropriação dos textos. Dito de outro modo, essa **expansão estratégica do gênero** é produzida com base num *habitus*¹⁰⁵ que rege o modo de apropriação de cada texto, em suas especificidades, pautado numa certa tradição das práticas de leitura de uma determinada *comunidade de leitores*. Segundo Jauss,

O novo texto evoca para o leitor (auditor) um horizonte de expectativa e regras que ele conhece graças aos textos anteriores, os quais sofrem também variações, retificações, modificações, ou então que são simplesmente reproduzidos.¹⁰⁶

(JAUSS, [1970] 1986, p. 49)

Segundo Todorov (1978), que ao formular a questão: *De onde vem os gêneros?* afirma: os gêneros se originam *simplesmente de outros gêneros. Um novo gênero sempre é a transformação de um ou de vários gêneros antigos: por inversão, por deslocamento, por*

¹⁰⁵ A noção de *habitus* é apresentada por Pierre Bourdieu inicialmente em seu texto *Esquisse d'une théorie de la pratique* (1972) e retomada em seu texto *Le sens pratique* (1980), como o domínio de um saber prático de que os sujeitos membros de um grupo sócio-cultural específico gozam, domínio que lhes permite dar respostas, realizar escolhas, a partir de seu conhecimento de um repertório cultural. *O habitus é um conhecimento adquirido, um capital [...], a disposição incorporada* (BOURDIEU, [1989] 2001, p. 61, 62). Esse saber permite-lhes reconhecer os limites e as possibilidades da liberdade individual em relação aos grupos. É um conceito, portanto, que remete à incorporação por parte do indivíduo, do mundo social e de um sistema de percepção, de classificações e de julgamentos, e à incorporação de condutas, de práticas e de uma maneira de ser no espaço coletivo. A prática de leitura, por exemplo, fundamenta-se em um *habitus*, próprio a uma comunidade de interpretação, *habitus* que a dota de uma capacidade específica de julgamento, de apreciação. Cada comunidade de leitores reconhece e produz mais facilmente gêneros os quais emprega e vê empregados com mais frequência, por exemplo, os leitores de revista impressa, inscritos nos textos de *Veja*, são considerados como hábeis a reconhecer e a distinguir gêneros publicitários de gêneros editoriais.

¹⁰⁶ “Le nouveau texte évoque pour le lecteur (l’auditeur) l’horizon d’une attente et de règles qu’il connaît grâce aux textes antérieurs, et qui subissent aussitôt des variations, des rectifications, des modifications ou bien qui sont simplement reproduits.” (JAUSS, [1970] 1986, p. 49)

*combinação*¹⁰⁷ (p. 47). Todorov prossegue em suas considerações sobre os gêneros, e as suas implicações para a produção bem como para a recepção, analisando-os a partir de uma perspectiva histórica. *É porque os gêneros existem como uma instituição que eles funcionam como ‘horizontes de expectativa’ para os leitores e ‘modelos de escrita para os autores’*¹⁰⁸ (TODOROV, 1978, p. 51). Assim, tanto os produtores de textos quanto os leitores podem escrever um texto, assim como compreendê-lo pela leitura, graças ao conhecimento do funcionamento do sistema de gêneros textuais, o que não implica, simplesmente, que eles sejam totalmente conscientes desse sistema.

Considerando a possibilidade de mudança e de constituição de um novo gênero, segundo as observações de Bakthin ([1952-1953] 2000), Jauss ([1970] 1986) e Todorov (1978), a partir de gêneros já existentes, identificamos entre os textos de revista impressa algumas modificações que correspondem a empréstimos gradativos e variáveis da *construção composicional* do texto editorial pelo texto publicitário. Em função dos diferentes e progressivos empréstimos, vimos a necessidade de estabelecer uma diferenciação entre aqueles textos em que há uma menor assimilação de características e aqueles em que a assimilação é mais desenvolvida. Valemo-nos, para tanto, das designações já existentes desse gênero híbrido, no entanto, traçamos metodologicamente, para nossa análise, uma diferenciação entre o **Informe Publicitário** e a **Publireportagem**.

¹⁰⁷ “D’où viennent les genres? Eh bien, tout simplement, d’autres genres. Un nouveau genre est toujours la transformation d’un ou de plusieurs genres anciens: par inversion, par déplacement, par combinaison.” (TODOROV, 1978, p. 47).

¹⁰⁸ “C’est parce que les genres existent comme une institution qu’ils fonctionnent comme des ‘horizons d’attente’ pour les lecteurs, des ‘modèles d’écriture’ pour les auteurs.” (TODOROV, 1978, p. 51)

3.2.2. O INFORME PUBLICITÁRIO E A PUBLIREPORTAGEM

Designamos como **Informe Publicitário** a publicidade que, apesar de suas semelhanças com o texto editorial, ainda mantém evidentes as marcas de sua pertença ao gênero publicitário, bem como apresenta a identificação de sua natureza, no texto, conforme prevê as leis de regulamentação concernentes a esse tipo de atividade. Trata-se, portanto, de um texto que, apesar de adotar alguns princípios comuns ao texto editorial, como a informatividade, ainda é legível como publicidade, logo, o reconhecimento de seu conteúdo é, senão imediato, pelo menos mais rápido do que da **Publireportagem**.

Designamos como **Publireportagem** o texto publicitário em que a semelhança com a *construção composicional*, com a *mise en page* do texto editorial é tamanha, suas similaridades são tão próximas, graças à sofisticação e à criatividade na sua escrita, que o leitor pode não reconhecer de imediato o conteúdo do texto. Assim, graças a sua semelhança com o texto editorial, a compreensão de que se trata de um texto comercial é prorrogada, o pronto reconhecimento de sua natureza publicitária é, então, retardado por mais tempo que no caso do **Informe Publicitário**.

Ainda que ambos se caracterizem pela simbiose entre os componentes informativo e comercial, o **Informe Publicitário** seria o parente ‘legal’ da **Publireportagem**, já que traz inscrito e de modo visível sua origem publicitária¹⁰⁹, cabendo à esta última um exercício de maior criatividade para burlar as restrições legais e produzir os efeitos de sentido desejados.

¹⁰⁹ Notamos que o ‘Informe Publicitário’ é empregado normalmente para as propagandas oficiais, como de empresas do Estado, da União, e também, muito comumente, pela Indústria Farmacêutica. A publireportagem, menos presa aos limites regulamentados, apresenta-se mais criativa e capaz de divulgar os mais diversos produtos e serviços, em conformidade com o estilo editorial dos textos do suporte em que circula.

Seguem, primeiramente, alguns exemplos de Informes Publicitários:



Figura 47, Veja, 30 de março de 2005, p. 86, 87

Localizado na página da direita (figura 47), encontra-se um Informe publicitário, como a sua própria identificação, apresentada no canto superior direito do texto, anuncia.

Esse texto de origem publicitária conta com uma apresentação relativamente comum a textos editoriais, graças à presença de título, de subtítulo, de fontes aproximadamente semelhantes às empregadas em textos editoriais, com a presença de linguagem verbal de extensão significativa e de cunho também informativo. A informação é apresentada seguindo também o procedimento organizacional de texto de origem editorial, valendo-se do esquema da pirâmide invertida, que corresponde a dar as informações mais importantes no início do texto, no *lead*, tais como explicitar do que trata o texto, onde, quando e por que:

Com cobertura de 97% da população de 5,8 milhões de habitantes do Estado de Goiás, uma das regiões de maior crescimento do país, a CELG, Companhia Energética de Goiás, nascida em 1955, é um exemplo de recuperação de empresas a serviço dos consumidores.

(Progaganda CELG, VEJA, 30 de março, 2005, p. 87)

A linguagem técnica empregada ao longo do texto se vale de boa quantidade de dados numéricos, comparações de tarifas, taxa de crescimento, etc. primando pela objetividade, segundo o modelo de escrita editorial.

Apesar dessas características editoriais, esse texto resguarda aquelas comuns a textos publicitários de revista impressa, como a localização mais freqüente na página da direita, a presença do logotipo – localizado em geral no canto inferior direito –, a presença de cor no fundo do texto – diferenciando-o das páginas brancas dos textos editoriais –, a interpelação pessoal do leitor – por meio do emprego de pronomes, Ex.: *o valor da **sua** tarifa residencial* –, a oferta de um produto ou serviço – apresentada de modo mais evidente num infográfico que se destaca do restante do texto pela diferença da cor, no qual se oferece *Ações da CELG na Bovespa*.

Chamamos atenção, ainda, para a localização desse Informe Publicitário. Assim como a maioria das publicidades em revista, ele se encontra no interior de um texto editorial, com o qual guarda alguma semelhança temática. Assim, sua **lateralidade**, sua vizinhança com um texto editorial sobre a *Vale do Rio Doce* (página 86 da figura 47), cuja extensão corresponde às páginas 84 até a 88 e cujo título é *Uma máquina de fazer lucros*. O tema abordado nesse texto editorial da Vale do Rio Doce é a divulgação do crescimento considerável dos lucros da empresa e sua necessidade de atrair investimentos para o crescimento de setores do negócio, garante uma certa extensão dos efeitos de sentido do editorial para a publicidade. O texto editorial sobre a *Vale do Rio Doce* funciona, então, como uma espécie de exemplo bem sucedido de investimento em empresas de origem estatal, preparando de certo modo a recepção

para a publicidade da CELG, que lhe intercorta. Em função de sua localização, a fotografia que ilustra a página 86 desse texto editorial presta-se também à ilustração do próprio Informe publicitário, como uma extensão dessa publicidade.

Esse recurso, de ilustração da publicidade por imagens apresentadas em textos editoriais, pode ser atestado com uma propaganda da ANER (Associação Nacional dos Editores de Revista) que divulga a eficácia de publicidades publicadas em revista impressa.

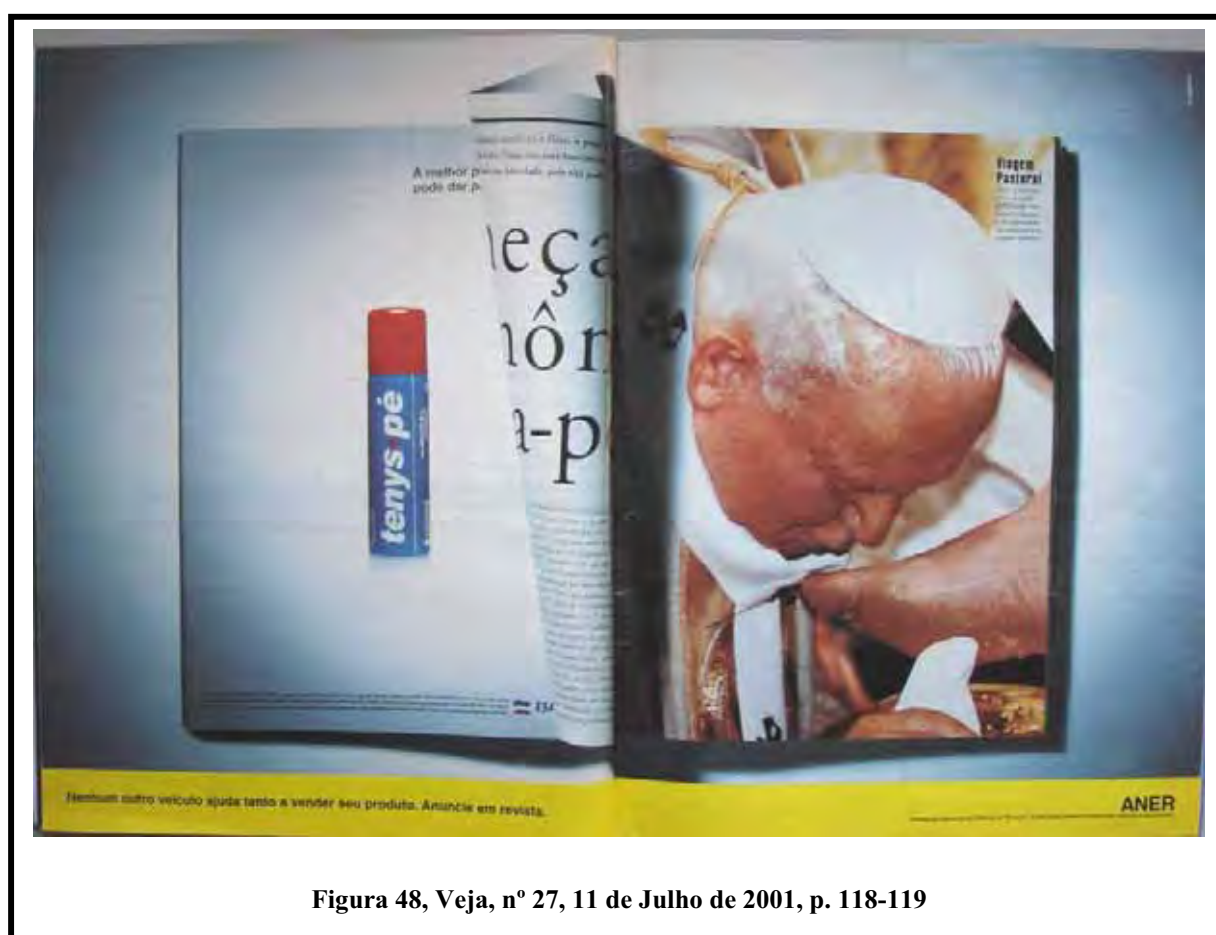


Figura 48, Veja, nº 27, 11 de Julho de 2001, p. 118-119

A sugestão de que certas propagandas podem gozar de efeitos (no caso dessa publicidade, cômicos) produzidos por textos editoriais vizinhos, indicia uma prática de escrita relativamente corrente em revista impressa, assim como uma prática de leitura que responde a essa técnica.

Na figura 49, encontramos praticamente os mesmos elementos levantados no exemplo anterior, com a diferença de que este Informe Publicitário ocupa, como a maioria das publicidades em revista, o espaço de página dupla e ilustra a publicidade com a fotografia de seus produtos. A semelhança com a *mise en page* do texto editorial é estabelecida, nesse texto,



Figura 49, Veja, Edição Especial, Dezembro de 2003, p. 4, 5

também pelo emprego de estratégias de escrita como, por exemplo, a enumeração, ou seja, o emprego de perguntas e respostas, que dividem o texto em sua

extensão, destacando os fragmentos, seja pela multiplicação dos espaços em branco, seja pela aplicação de fonte diferente da fonte empregada no restante do texto¹¹⁰.

Outro elemento que aproxima a apresentação desse texto da *mise en page* própria ao texto editorial é a simulação de indicação de autoria, normalmente presente apenas em alguns tipos de textos editoriais, como as reportagens.

Com vistas a evidenciar características da gradação e da passagem da forma do Informe Publicitário para a forma da Publireportagem, valemo-nos, agora, também de exemplos encontrados em revistas impressas de outro gênero tipográfico.

¹¹⁰ Remetemos aqui à breve análise que apresentamos sobre a enumeração no item 3.1.1.

Além das características que o assemelham à *mise en page* do gênero editorial desse segmento de revista, comum aos textos de origem editorial (título, subtítulo, extensão de linguagem verbal, estabelecimento de informações), esse Informe Publicitário (figura 50, 51) ilustra o texto com imagens fotográficas dispostas e enquadradas, como é próprio ao texto editorial – sobretudo em relação à tendência atual de apresentar uma imagem fotográfica na abertura dos textos –, e acompanhadas de legendas. Apesar da exploração dessas semelhanças, a cor das páginas, a fácil recuperação da marca e a identificação “Informe Publicitário”, disposta no canto superior do texto, garantem o imediato reconhecimento de seu *conteúdo temático* comercial, a partir do vislumbre de sua *construção composicional*.

Nesse exemplo, conforme dissemos anteriormente, vemos que o texto editorial tem emprestada sua *construção composicional* por outro gênero, a publicidade, a qual pode, então, dispor do regime de leitura instaurado por aquele texto. A negociação entre a construção composicional daquele texto feito para ser lido e aquele feito para ser visto possibilita a flexibilização das práticas que deles se apropriam de acordo com a maior ou menor semelhança nos modos de apresentação desses textos.

Entre esses exemplos apresentados podemos vislumbrar uma certa gradação nos empréstimos, na apropriação da *construção composicional* do texto editorial. Desde a presença mais extensa de texto verbal, à de um título e de um subtítulo com suas respectivas formas de apresentação, à presença de autoria, e à presença de ilustrações enquadradas, com legendas, todas essas publicidades apresentadas assemelham-se de algum modo à *mise en page* de um texto editorial. No entanto, conforme a legislação, tem-se explicitada, nesses exemplos, não apenas o logotipo do produto divulgado bem como, no canto superior das páginas, geralmente da direita, a natureza do texto: Campanha Informativa, Informe Publicitário, Publicidade.

Nos exemplos que apresentamos a seguir, os empréstimos feitos pela publicidade, como os que levantamos brevemente nos exemplos anteriores, são empregados de modo ainda

mais semelhante à *mise en page* de textos editoriais, dificultando, em alguns casos, o reconhecimento imediato de seu gênero textual, sobretudo porque não apresentam a identificação de sua natureza, conforme apresentavam os exemplos anteriores. Tratam-se de Publireportagens.

Na figura 52, localizada na página da direita da revista, vemos um texto editorial reconhecível por sua apresentação tradicional, com título em destaque, subtítulo, fonte do corpo do texto conforme padrão editorial – talvez apenas com um entrelinhamento um pouco mais espaçado – e emprego de uma imagem fotográfica enquadrada etc..

Além desses elementos, que comumente são empregados nos Informes Publicitários, essa publicidade se vale ainda do emprego de uma espécie de infográfico localizado na margem inferior direita (onde deveria figurar o logotipo do produto anunciado).

Esse suposto artigo apresenta ainda nomes de autores, ou mais especificamente, dois nomes de autores, como geralmente tem sido atribuída a autoria de textos editoriais na revista *Veja*. A localização dos nomes dos autores também corresponde à posição tradicional de apresentação em artigos, em reportagens. Quanto a sua linguagem, o texto emprega vários recursos que lhe garantem legibilidade e objetividade. A informação é apresentada de modo claro, relativamente direto, com vocabulário simples, sob a forma de um texto que é resultado de pesquisas e de análises por parte de seus autores, como podemos observar pela presença de dados científicos, apreendidos em consultas a autoridades locais sobre o assunto (citação de *João Carlos Bouzas Marins, doutor em bases fisiológicas da nutrição humana e coordenador do Laboratório de Performance Humana do Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais*) e pela consulta a pesquisas realizadas sobre o tema, no exterior, com atletas profissionais (*na Espanha, com 15 ciclistas profissionais*), entre outras.

HIDRATE SEU CORPO

Bebidas esportivas são cientificamente desenvolvidas para auxiliar o rendimento físico.



Shutterstock e Shutterstock

Hoje, quem pratica atividade física conta com um importante apoio: o das bebidas esportivas. Isso vale tanto para um atleta profissional quanto para um jogador de futebol de fim de semana ou quem caminha meia hora por dia. "Elas são essenciais em 90% dos casos, quando o treino ultrapassa uma hora, pois têm concentração semelhante à do sangue, o que facilita o reconhe-

cimento pelo organismo, tornando a absorção muito rápida e efetiva", explica João Carlos Bouzas Martins, doutor em bases fisiológicas da nutrição humana e coordenador do Laboratório de Performance Humana do Departamento de Educação Física da Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais. Essa melhor resposta do corpo se deve à presença de carboidrato, sódio e potássio na bebida, que foram

cientificamente combinados para repor líquidos e sais minerais perdidos com a transpiração, e fornecer energia para os músculos em movimento, além de evitar câimbras, fadiga, taquicardia, aumento do ácido láctico, elevação da temperatura corporal e confusão mental. Também é esse ajuste de nutrientes que deturba os rins de quem o produto engorde, sobrecarregue os rins ou cause cálculo renal em quem se exercita.

Pesquisas feitas na Espanha com 15 ciclistas profissionais concluíram que, depois de alguns meses de pedalar, o desempenho do grupo que se hidratou com bebida esportiva foi 25% maior em relação ao que

consumiu apenas água. A explicação para isso é que durante o exercício físico o corpo necessita não somente de água, mas também de energia (carboidrato) e certa quantidade de minerais, principalmente o sódio. Mas tudo isso não faz do líquido uma poção mágica, capaz de melhorar a performance. "O que ele faz é permitir que a pessoa treine por mais tempo e com mais qualidade, mesmo que ela seja um obeso ativo", esclarece Bouzas Martins. Diabéticos, hipertensos e gestantes que se exercitam também podem tomar, desde que orientados pelo médico. Quanto aos idosos e às crianças, estão liberados, se não tiverem nenhum desses problemas.

No exercício, tome:

Antes: 250 - 500 ml até 2 horas

Durante: 125 - 500 ml a cada 15 minutos

Depois: 1,5 l para cada kg de peso perdido imediatamente após o treino

Fonte: Sociedade Brasileira de Nutrição Esportiva

Figura 52, Veja, edição especial nº 24, agosto de 2003, p. 5, grifo nosso

Os recursos de ancoragem do discurso empregados nessa Publireportagem tais como a citação, a referência, as datas, a localização, os fatos, os dados numéricos, a linguagem científica (*presença de carboidrato, sódio e potássio*, etc.) produzem, portanto, efeitos de realidade e seriedade, enfim, de credibilidade da informação, tal como se objetiva na escrita de

textos de cunho informativo ou opinativo, produzidos pela revista em seu espaço dedicado a textos editoriais.

Valendo-se não apenas do *conteúdo temático*, do *estilo verbal* e da *construção composicional* do gênero editorial, essa publicidade faz também habilmente uso da especificidade física do suporte revista impressa. Considerando que as páginas de revista, feitas de papel *couché*, não muito espesso e com alto brilho, têm como propriedade uma certa transparência que pode ser potencializada quando molhada, podendo desse modo projetar a impressão que se encontra em seu verso, sobretudo quando se trata de imagens grandes e que empreguem cores fortes, como é o caso dessa publicidade.

Nenhuma indicação verbal explícita, de que se trata de uma propaganda é apresentada na primeira parte desse texto, conforme preconiza a legislação. No entanto, invadindo o centro da página, graças ao papel aparentemente molhado, podemos entrever uma imagem, a imagem de um produto, de uma marca, que dada sua circulação publicitária, podemos relativamente reconhecer. Reconhecimento e confirmação que não tardam, já que ao virar a página podemos confirmar nossa impressão.

Para repor o que você perde com o suor, nada funciona melhor do que Gatorade.

Reidrata.
Nada devolve líquido ao seu corpo melhor do que Gatorade, pois tem a combinação ideal de sais minerais e carboidratos.

Repõe.
Gatorade repõe o sódio e o potássio que ajudam a manter o seu corpo melhor hidratado e a prevenir câibras.

Reabastece.
Gatorade reabastece o seu corpo com carboidrato, importante fonte de energia para os músculos em movimento durante o exercício.

sabor gelado

Gatorade
mata a sede
Sport Bottle

sabor de
TANGERINA

www.gatorade.com.br

Gatorade
nada funciona melhor




Figura 53, Veja, edição especial nº 24, agosto de 2003, p. 6

A estratégia empregada na produção desse texto nos revela duas técnicas: a primeira relativa à **propriedade material** do suporte, de suas páginas em papel que podem ser exploradas em sua transparência; a segunda, relativa à propriedade desse meio de fazer circular num mesmo suporte textos de gêneros diferentes, editoriais e publicitários, podendo então promover uma extensão de efeitos de sentido do primeiro, de modo favorável ao segundo¹¹¹ graças a essa co-presença, no suporte revista impressa, mas mais especificamente num gênero revista de informação no qual se **avizinham esses dois tipos de textos, o gênero editorial e o publicitário**, permitindo esse alargamento dos gêneros e a conformação de um gênero híbrido como a publireportagem.

Nos exemplos a seguir são mobilizadas, particularmente, essas duas técnicas mencionadas.

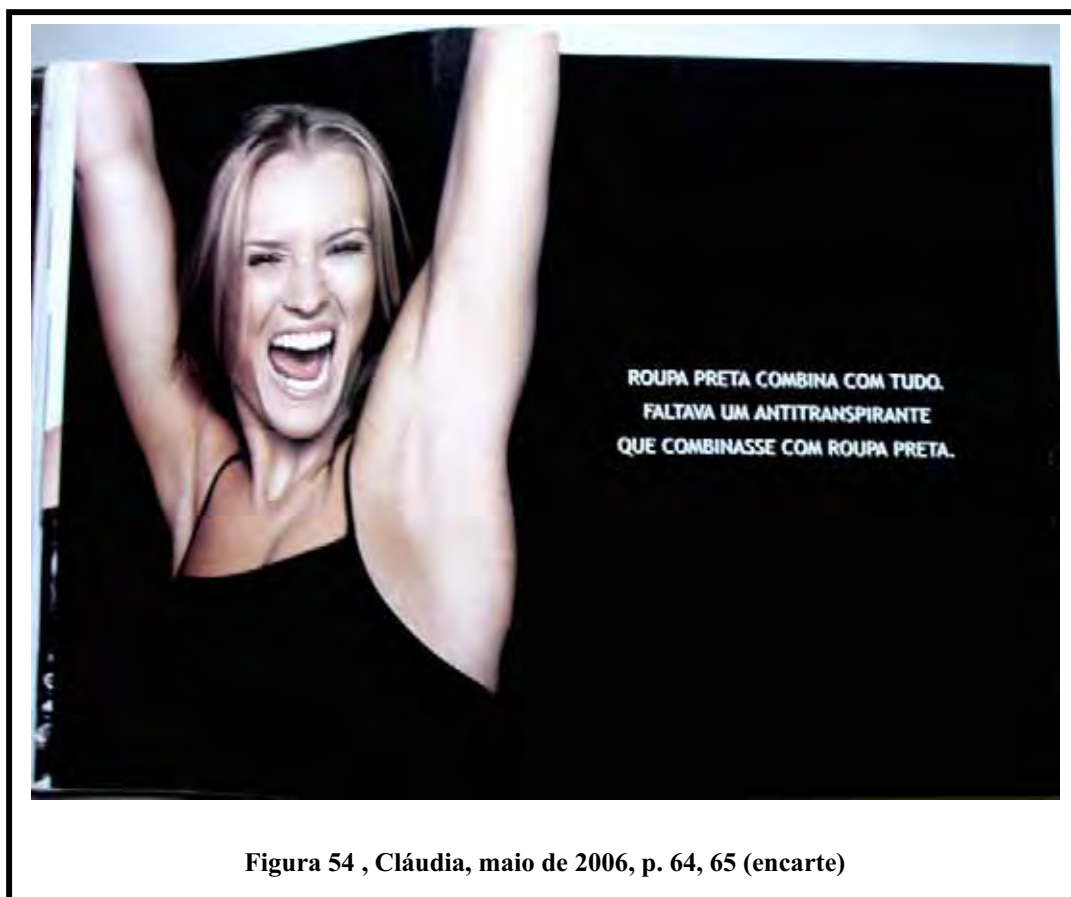
Sob a forma de um encarte (Figura 54), afixado no interior da revista, vemos a ‘confusão’ propositada entre parte desse encarte, que corresponde a um texto editorial dessa revista feminina, e parte que corresponde a um texto publicitário.

Iniciado nas páginas 62, 63, o texto editorial se intitula *Preto Total*, seguido do subtítulo *Chique, prático, sofisticado, ele vai ser a vedete do inverno. Então, inspire-se nos 11 visuais que montamos esmiuçando a nova tendência. Mas não é tudo. Acesse o nosso site www.claudia.com.br, delicie-se com mais nove looks inéditos e participe do Jogo do Pretinho. Reordenando roupas e acessórios, você pode criar mais de 40 mil combinações.*

Esse tipo de texto editorial em revista de moda caracteriza-se pela presença exclusiva de imagens fotográficas com as modelos vestindo roupas e marcas que se quer divulgar, acompanhadas geralmente de legendas que indicam as marcas das roupas ilustradas, seus preços e onde adquiri-las.

¹¹¹ Em nossa dissertação de mestrado apresentamos alguns exemplos que demonstram essa estreita relação estabelecida entre textos editoriais e publicitários, graças às especificidades materiais do suporte revista. Cf. CURCINO FERREIRA, 2003.

Na seqüência desse texto editorial, ou melhor, no interior desse texto editorial, apresentam-se as páginas que ilustramos na Figura 54, referentes às primeiras páginas do encarte, que dará continuidade à matéria sobre os modelos em *Preto Total*.



Depois dessas duas primeiras páginas, ilustradas na Figura 54, temos acesso à primeira parte do encarte, às duas páginas que ilustramos na figura 55. Ao abrir o encarte acessamos a continuação do texto editorial, tendo que, no entanto, passar necessariamente por essas páginas de origem publicitária (Figura 54), em que se apresenta uma modelo vestindo preto, com as páginas com fundo totalmente preto e com uma inscrição em branco no centro da página da direita, onde se encontram marcas precisas de que se trata de uma propaganda, já que se faz referência verbalmente a um produto: a um *antitranspirante* que combina, conforme o enunciado, *com roupa preta*.



Figura 56 , Cláudia, maio de 2006, p. 66, 67, 68, 69, (encarte aberto)



Figura 57, Cláudia, maio de 2006, p. 70, 71

Pela lógica de manuseio desse objeto cultural, as próximas páginas a serem vistas são aquelas do interior do encarte. Nas quatro páginas, como mostra a Figura 56, vemos que o texto editorial de moda tem continuidade, finalizando-se apenas quando do fechamento do encarte, (página 70). O final desse texto editorial de moda é acompanhado, na página da direita, do final da publicidade que se iniciara nas páginas 64, 65, (figura 54), que abriam o encarte. Publicidade esta que, graças ao fundo negro e ao contraste com a inscrição branca, se coloca imagetivamente na seqüência visual do texto editorial. Nada mais eficaz para um produto usado especialmente para roupas pretas do que ser oferecido no interior de um texto editorial sobre roupas pretas, ou melhor, e inversamente, nada mais eficaz do que uma publicidade sobre um produto comportar em seu interior um texto editorial que justifique seu consumo.

Apresentamos, na seqüência, um exemplo correlato desse emprego do encarte como mecanismo viabilizador de ‘extensão’, de ‘seqüenciação’ do texto editorial pelo texto publicitário, presente nesse mesmo exemplar de Cláudia.

Além da semelhança do *conteúdo temático* e do *estilo verbal* dos textos, editorial (página 98) e publicitário (1ª página do encarte), apresentados a seguir, na figura 58, assemelha-se ainda sua *construção composicional*, sua *mise en page*. O emprego similar das cores da tipografia (verde água) e a disposição semelhante dos fragmentos do texto homogeinizam os textos, apagando temporariamente seus limites.

No texto editorial (Figura 58), iniciado na página 98, a enumeração é empregada, como vimos no item 3.1.1, para facilitar a localização e a eventual escolha de informações a serem lidas, sem que necessariamente seja preciso ler o texto em sua totalidade. No texto publicitário (Figura 58) iniciado na 1ª página do encarte, a divisão em fragmentos do conteúdo verbal do texto, também organiza e facilita a sua leitura, graças a uma sintaxe visual muito próxima daquela adotada no início do texto editorial.

Nesse caso, não é o texto editorial que empresta a ilustração para o texto publicitário, como apresentamos anteriormente, e sim o inverso. Na falta de ilustrações nessa parte do texto editorial, é a publicidade que o ilustra, o que contribui para o imbricamento desses textos, para o estabelecimento imediato de relação de continuidade por parte do olhar leitor, acostumado a textos editoriais ilustrados. Considerando que a ilustração da propaganda contempla a temática do texto editorial, essa momentânea ‘imprecisão’ dos limites entre o texto editorial e o publicitário, começará a ser desfeita por meio do manuseio esperado de um encarte: sua abertura, sua desdobra.



Figura 58, Cláudia, maio de 2006, p. 98 e 1º página do encarte à direita

A continuação do texto editorial, no interior do encarte, só pode ser lida depois da passagem obrigatória pela publicidade. O encarte orienta, como um *protocolo de leitura*, o trajeto do olhar-leitor. Antes espaço físico exclusivamente empregado para a publicidade, o encarte joga com sua propriedade física para a aproximação entre a publicidade e o editorial. Esse imbricamento manifesta-se como uma das formas contemporâneas de estabelecimento da reportagem.



Num outro exemplo interessante para compreendermos essa estratégia de escrita em suas especificidades no suporte revista, o empréstimo feito ao gênero editorial pela publicidade é tamanho que praticamente se faz necessário ler o texto em sua completude, para que se identifique seu conteúdo publicitário. Por um breve folhear de páginas da revista não se teria dúvida de caracterizar esse texto (figura 60), como um texto de origem editorial. Nenhuma indicação direta na página atesta sua identidade.

Trata-se de um texto mais extenso verbalmente que os demais até agora apresentados, com uma ocupação verbal da mancha da página idêntica aos textos editoriais dessa mesma revista, com a fonte e com um espaçamento entrelinhas padrão, com um fundo branco tradicional, com uma fotografia que não nos sugere nenhuma vinculação necessária a um produto, com um tema comum às temáticas abordadas numa revista feminina, conforme anunciado pelo título e pelo subtítulo, também produzidos com as fontes próprias a títulos de textos editoriais desse mesmo exemplar. Essa publicidade conta ainda com um elemento que só aparece em textos editoriais: o número das páginas, nome e data do exemplar, no rodapé da página.



Figura 60, Revista UMA, n° 70, julho de 2006, p. 58, 59

Onde poderia figurar a informação de que o texto, na verdade, trata-se de uma publicidade – por exemplo, nas margens horizontais superior e inferior das páginas ocupadas

por esse texto que se encontram destacadas em cor diferente – encontramos apenas a inscrição *Momento Qualidade de vida*, designação aparentemente mais comum para rúbricas de revista desse gênero, do que para a designação de uma publicidade, ou seja, essa indicação não dá margem alguma para que se possa inferir que o texto é uma publicidade.

Sob a forma de uma espécie de infográfico explicativo ou recapitulativo, apresenta-se um quadro, no final do texto, na margem direita da página da direita, em que figura o nome da marca Soyos, linha de produtos à base de soja, inscrito num pequeno recorte de papel simulando ter sido acrescentado ao texto posteriormente à sua produção. Apenas por essa indicação discreta de uma marca de produtos pode-se confirmar que o texto na verdade corresponde a uma propaganda.

Esse texto, seja em sua modalidade verbal, seja em sua modalidade não-verbal, não apresenta, em toda sua extensão, a não ser nessa espécie de infográfico que finaliza o texto, outra indicação de que não se trata apenas de um texto editorial sobre questões de saúde feminina, especificamente sobre a TPM, mas sim de uma propaganda de produtos à base de soja.

Exploram-se assim, para um determinado tipo de texto, o simulacro da forma de apresentação de outros textos, graças à co-presença num mesmo suporte, e a capacidade do leitor de reconhecimento quase automático das formas que caracterizam os gêneros textuais. Na verdade, nesse jogo de escrita pressupõe-se e conta-se com a flexibilidade característica do leitor proficiente que, mesmo reconhecendo num primeiro momento a apresentação de um texto como sendo editorial, é capaz de abandonar essa primeira hipótese, graças ao reconhecimento de outros indícios próprios ao gênero textual a que o texto realmente pertence.

Além desses efeitos de reconhecimento produzidos no acionamento imediato de um gênero, a atualização dessa memória é também valorativa. O empréstimo da construção composicional do gênero editorial ao gênero publicitário possibilita a extensão do efeito de

credibilidade, do primeiro para o segundo (e talvez de um certo efeito, próprio da leitura de textos publicitários, de ‘leveza’, de descomprometimento na leitura do texto editorial, quando este se apropria da *mise en page* daquele).

Trata-se, portanto, de uma expansão semiológica, segundo a qual o raio de ação de um texto sofre alterações a partir da garantia de uma recepção habituada à forma de um outro gênero e aos rituais de apropriação que lhe são próprios.

Dessa ambivalência do gênero ‘Informe Publicitário’, ambivalência mais acentuada ainda na “Publireportagem”, configurada a partir dos regimes de escrita e leitura dos dois outros gêneros que lhe antecedem, conforma-se uma nova prática de produção e de reconhecimento e interpretação do novo gênero. Essa nova forma de apropriação estabelece-se graças a uma *ressonância dialógica*, para empregarmos a expressão de Bakhtin, responsável, ela própria, pela identidade dos gêneros textuais.

Considerando que as formas materiais que sustentam um texto *também contribuem plenamente para modelar as antecipações do leitor face ao texto e para atrair novos públicos ou usos inéditos* desses textos (CHARTIER, [2000] 2002b, p. 71) e, que esses *dispositivos formais – textuais ou materiais – inscrevem em suas próprias estruturas as expectativas e as competências do público que visam* ([2000] 2002b, p. 76), podemos inferir e elencar quais práticas de leitura, quais habilidades do leitor foram exigidas para a apreensão e compreensão que se esperava desses textos. Além de se tratarem de estratégias para arrastar os regimes de leitura de um gênero para outro (no extremo, fazer ‘ler’ o texto publicitário e fazer ‘ver’ o texto editorial), são também estratégias que brincam com a capacidade de reconhecimento dessa ‘trucagem’ por parte do leitor e que contam com essa habilidade de reconhecimento para que, então, o objetivo da publicidade seja respeitado: o de dar a conhecer um produto, uma marca, de modo mais criativo e, eventualmente, criar uma necessidade, promovendo o consumo do produto.

Portanto, ao contar com uma certa eficácia simbólica desse jogo entre os gêneros para a formação da Publireportagem, a escrita midiática nos evidencia algumas representações de práticas de leitura pautadas numa competência leitora de reconhecimento de cada gênero que compõe o gênero tipográfico de revistas impressas, característica de uma familiaridade com esse tipo de objeto cultural.

A contemplação dos gêneros – textuais e tipográficos – bem como do suporte como componentes da materialidade discursiva e a consideração do aspecto institucional desses componentes ajuda-nos a avançar nas reflexões discursivas dos mais variados tipos de textos e das práticas de leitura que eles, cada um a seu modo, orientam.

Mesmo em tempos em que o texto editorial não goza de uma credibilidade absoluta mas, ainda assim, desfruta de algum prestígio, o texto publicitário se vale dessa credibilidade e do *habitus* de leitura implicado por esse gênero textual para, a partir da incorporação de sua aparência, se fazer ler.

No entanto, é sempre bom lembrar com Certeau ([1980] 1994, p. 265) que a leitura, ou melhor, as leituras são exercícios de *errâncias e inventividades que jogam com as expectativas, as astúcias e as normatividades* dos textos.

3.3. OS REGIMES DE MEMÓRIA INSTAURADOS NOS TEXTOS DE *VEJA*

A memória irrompe na atualidade do acontecimento.

Jean-Jacques Courtine

Pretendemos analisar neste item alguns procedimentos técnico-editoriais que, regularmente empregados em textos da mídia impressa, visam a promover, a instituir regimes de memória. Referimo-nos particularmente a dois procedimentos: o (re-)emprego de alguns enunciados lingüísticos específicos e a reprodução de algumas imagens.

Com uma certa constância, certos enunciados verbais e algumas imagens têm como especificidade serem repetidos, reutilizados, reditos nos textos, tanto nos editoriais quanto nos publicitários. A repetição, quando nos ocupamos do discurso, não se trata de uma repetição *stricto sensu*, já que ela mobiliza uma memória social para produzir sentido. No caso da repetição de alguns enunciados lingüísticos que analisaremos a seguir (no item 3.3.1, e das imagens no item 3.3.2), o faremos à luz da noção elaborada por Jean-Jacques Courtine (1981) de *memória discursiva* e suas reflexões acerca da distinção entre *enunciado* e *formulação*.

O *enunciado*, segundo o autor, seria a *função* que permite a uma *formulação* ser repetida no fio do discurso, intradiscursivamente, inscrevendo-a numa filiação interdiscursiva, de onde advém a produção de um *efeito de memória*. O *funcionamento discursivo*, então, se fundamenta na relação estabelecida entre o nível do *enunciado* e o nível da *formulação*, entre a *dimensão vertical e estratificada na qual se elabora o saber de uma FD* e a *dimensão horizontal na qual os elementos desse saber se linearizam tornando-se objetos de enunciação* (COURTINE, 1981, p. 51).

Emersa da intersecção entre o *interdiscurso* e o *intradiscurso*, há *formulações-origem* que *retornam na atualidade de uma ‘conjuntura discursiva’*¹¹² (COURTINE, 1981, p. 53), promovendo um *efeito de memória*, constituindo-se assim como um *enunciado*, conforme concebido por Foucault ([1969] 2000). Esse *efeito de memória* resulta, portanto, da relação complexa entre os *enunciados* (a *função enunciativa*) e as *formulações*. Os primeiros constituem sua existência *no tempo longo de uma memória*, ou seja, no *interdiscurso*; e os segundos *são tomados no tempo curto da atualidade de uma enunciação*, ou seja, no *intradiscurso* (COURTINE, 1981, p.53, grifo do autor).

As *formulações-origem*, ou *formulações de referência* como o autor designa posteriormente, inscrevem-se num *domínio de memória*, que, conforme Courtine, *não marcam de modo algum um começo do processo discursivo, mas constituem o lugar onde se pode recuperar, no desenvolvimento do processo discursivo, a emergência de enunciados que figuram como elementos do saber próprio a uma FD*¹¹³. (1981, p. 56). Assim, essas *formulações-origem* ou *de referência*, derivam em um trajeto, [...] em cujo curso elas se transformam [...], truncam-se, escondem-se para reaparecer mais a frente, atenuam-se ou desaparecem, misturando inextricavelmente memória e esquecimento [...]. (COURTINE, [1992] 1999a, p. 19).

A repetição deve, então, ser considerada aqui em função de sua inscrição numa *ordem discursiva*, em seu *acontecimento discursivo*, que faz com que a mera repetição de uma formulação a reinscreva numa memória, memória que por sua vez dá significado a essa formulação, tornando-a um enunciado. Dito de outro modo, toda produção discursiva efetiva-

¹¹² “les objets que nous avons appelés ‘énoncés’, dans la formation desquels se constitue le savoir propre à une FD existent dans le *temps long* d’une mémoire, alors que les ‘formulations’ sont prises dans le *temps court* de l’actualité d’une énonciation. C’est donc bien le rapport entre interdiscours et intradiscours qui se joue dans cet effet discursif particulier à l’occasion duquel une formulation-origine fait retour dans l’actualité d’une ‘conjuncture discursive’, et que nous avons désigné comme effet de mémoire.” (COURTINE, 1981, p. 53, grifo do autor).

¹¹³ “n’assigne nullement un ‘commencement’ au processus discursif, mais constitue le lieu où l’on peut repérer, dans le développement du processus discursif, l’émergence d’énoncés figurant comme éléments du savoir propre à une FD.” (COURTINE, 1981, p. 56).

se em condições determinadas numa conjuntura que relaciona às formulações atuais, formulações que lhes são anteriores. Essas relações são promovidas graças a sua inscrição num *domínio associado*, conforme definido por Foucault ([1969] 2000), conceito que é retomado por Courtine em sua concepção da noção de *memória discursiva*. O *domínio associado* participa da *função enunciativa* e diz respeito ao fato de que todo enunciado é povoado de vários outros enunciados, os quais repete, refuta, transforma, nega, enfim, aos quais se filia para emergir em sua condição de *acontecimento*.

O *domínio associado*, segundo Foucault ([1969] 2000), *distingue-se do que se entende geralmente por “contexto” – real ou verbal*. Esse *campo adjacente*, que povoa o enunciado de margens, formando uma trama complexa,

é constituído, de início, pela série das outras formulações, no interior das quais o enunciado se inscreve e forma um elemento [...]. É constituído, também, pelo conjunto das formulações a que o enunciado se refere (implicitamente ou não), seja para repeti-las, seja para modificá-las ou adaptá-las, seja para se opor a elas, seja para falar de cada uma delas [...]. É constituído, finalmente, pelo conjunto das formulações cujo *status* é compartilhado pelo enunciado em questão, entre as quais toma lugar sem consideração de ordem linear, com as quais se apagará, ou com as quais, ao contrário, será valorizado, conservado, sacralizado e oferecido como objeto possível, a um discurso futuro.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 113)

Com vistas a compreender o princípio segundo o qual um enunciado emerge e nenhum outro em seu lugar, a análise dos enunciados, proposta por Foucault ([1969] 2000) caracteriza-se pela lei de **raridade** do enunciado e por sua lei de **acúmulo**. Esse *acúmulo* refere-se à ‘*remanência*’, à ‘*aditividade*’ e à ‘*recorrência*’ que lhe são próprias. Os enunciados são *remanentes* porque *se conservaram graças a um certo número de suportes e de técnicas materiais, segundo certos tipos de instituições e com certas modalidades estatutárias* ([1969]

2000, p. 143), como o livro da Bíblia, por exemplo. O enunciado supõe ainda uma *aditividade*, já que *cada um tem um modo específico de se compor, de se anular, de se excluir, de se completar, de formar grupos mais ou menos indissociáveis e dotados de propriedades singulares* ([1969] 2000, p. 143). E, por fim, são *recorrentes*, já que *todo enunciado compreende um campo de elementos antecedentes em relação aos quais se situa, mas que tem o poder de reorganizar e de redistribuir segundo relações novas* ([1969] 2000, p. 143).

A rede de memória na qual se inscrevem as *formulações* e que as constituem em sua singularidade é essa trama sempre original, formada pela rede de enunciados, que faz com que o novo não [esteja] *no que é dito, mas no acontecimento de sua volta* ([1970] 1999, p. 26). É esse efeito de **raridade** que repousa no princípio de que *há um sistema limitado de presenças, em que cada enunciado ocupa seu lugar próprio, [e que] se transmitem e se conservam, que têm um valor*. ([1969] 2000, p. 139). A descrição dessa raridade é o princípio da análise enunciativa, que Foucault define como particular e que visa a

procurar que modo de existência pode caracterizar os enunciados, independentemente de sua enunciação, na espessura do tempo em que subsistem, em que se conservaram, em que são reativados, e utilizados, em que são, também, mas não por uma destinação originária, esquecidos e até mesmo, eventualmente, destruídos.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 142).

Os enunciados, assim, compõem(se) necessariamente (n)uma rede de memória. Há aqueles que, por diversas razões, permanecem, voltam com maior frequência, adquirem o estatuto de repetíveis. Tornam-se institucionalmente acionadores de memória social e, por essa razão, são empregados extensivamente em textos, constituindo-se, por vezes, segundo acreditamos, como verdadeiros *protocolos de leitura*, em sua função de orientar como esses textos devem ser interpretados.

Para uma melhor compreensão dos jogos promovidos pela co-emergência dos mais diferentes tipos de enunciados na constituição de discursos, mais especificamente, de *formulações-origem* ou *de referência* empregadas nos textos editoriais de *Veja*, tentamos buscar respostas para algumas questões como: em que *domínio de memória* se inscrevem as *formulações-origem* analisadas? como esses enunciados particulares adquirem sua recursividade numa *memória social*? que jogos os fazem retornar diferentes? de que modo processam-se as mudanças e as re-apropriações desses enunciados de um campo enunciativo a outro?

Com a reflexão e algumas análises sobre esse jogo complexo de retorno-reformulação nos textos da mídia, visamos a compreender essa prática em sua regularidade, de modo a viabilizar sua descrição como um dos procedimentos midiáticos de construção e de transmissão de uma memória social. Analisando esses procedimentos como indícios de estratégias editoriais com vistas à promoção de uma memória, acreditamos poder apreender, a partir da análise desses *protocolos de leitura*, eventuais representações de práticas dos leitores de *Veja*.

3.3.1. A REPETIÇÃO DE FORMULAÇÕES VERBAIS

Michel de Certeau ([1980] 1994), ao tratar dos procedimentos atuais de instituição do real, reflete sobre a floresta de narratividades jornalísticas, publicitárias, televisivas, que percorremos dia e noite. Uma das características de nossa sociedade, portanto, é a de ter se tornado *uma sociedade recitada, e isto num triplo sentido*: [no sentido de ser] *definida ao mesmo tempo por relatos (as fábulas de nossas publicidades e de nossas informações), por suas citações e por sua interminável recitação* ([1980] 1994, p. 287).

Essa *recitação*, metáfora extensiva à toda circulação do saber atual, encarna-se por vezes em procedimentos técnicos muito específicos. A repetição de algumas formulações e de algumas imagens fotográficas parecem-nos ser um desses exemplos.

“Afasta de mim esse cálice”

Algumas formulações permanecem, são reempregadas e reatualizadas diferentemente de outras. Essa sua remanência é garantida diversamente, segundo seus usos singulares em momentos históricos específicos. São elas, eventualmente, *formulações-origem*, *formulações de referência*, em nossa cultura, que intradiscursivamente, são pontos, segundo Courtine (1981), de acesso ao interdiscurso.

A formulação “afasta de mim esse cálice”, remete-nos, entre outros, a dois enunciados: o primeiro, de origem religiosa, relatado na Bíblia; o segundo, de origem política, empregado numa canção-manifesto, contra o regime militar no Brasil, na década de 70. O retorno desse enunciado, graças a sua inscrição na história, faz com que não se trate de mera repetição mas de um *acontecimento* discursivo, ao mesmo tempo repetido e singular, isso porque

está ligado, de um lado, a um gesto de escrita ou à articulação de uma palavra, mas por outro lado, abre para si mesmo uma existência remanescente no campo de uma memória, ou na materialidade dos manuscritos, dos livros e de qualquer forma de registro; em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, [...] mas, ao mesmo tempo, [...] a enunciados que o precedem e o seguem.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 32)

Esses enunciados — que têm um alto grau de circulação em nossa sociedade, em nossa cultura, que podem ser reutilizados em diversas e nas mais variadas circunstâncias, que têm uma vitalidade diferente dos demais — apresentam uma recursividade, que é explorada pela mídia. Segundo o princípio de que há alguns textos ‘primeiros’ que são retomados por outros, seus ‘comentários’ que, por isso, têm naturezas distintas e circulam de modo específico em nossa sociedade produzindo efeitos diferentes, refletimos aqui sobre possíveis especificidades do emprego de algumas formulações em textos editoriais da revista *Veja*.

Nossa hipótese quanto a repetição de algumas formulações na produção dos textos de *Veja*, é a de que nesses textos se apresenta um trabalho de gestão da memória, que objetivaria, dentre outros, a promover um reconhecimento imediato, tentando estabelecer uma maior identificação com a escrita dos textos da revista, e a antecipar o ‘tom’ do texto, valendo-se do emprego desses enunciados em espaços privilegiados como na posição de título. Esse jogo de reconhecimento proposto ao leitor, quando do emprego de *formulações-origem* nos textos da revista, assim como dos intertextos iconográficos dos quais falaremos a seguir, apela para referências sócio-culturais de prestígio, que mesmo não fazendo parte do universo cultural do leitor, são reconhecidas como tais, instituindo esse jogo de reconhecimento de um capital simbólico que o leitor, de fato, não ignora, mesmo quando dele não compartilha. Daí a eficácia desse jogo no emprego dessas formulações, que mobilizam uma memória cultural

relativamente conhecida e reconhecível, senão em sua especificidade pelo menos como uma referência de um universo culto, atualizando e constituindo as representações de leitor e de leitura no interior de determinados objetos culturais, e graças a eles.

Na análise da *formulação-origem* que apresentamos anteriormente, consideramos sua emergência institucional específica, regulada segundo determinados domínios discursivos com seus diferentes níveis de legitimidade. Há discursos que, materializados por certas formulações,

estão na origem de atos novos, de falas que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, discursos que, indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer.

(FOUCAULT, [1970] 1999, p. 22)

A mídia explora permanentemente esses discursos fundamentais, criadores, e legítimos (logo, legitimantes) que, em suas formulações, são dados a lembrar, são resgatados de seu silêncio temporário, para que possam, uma vez restituídos sob a forma de texto, movimentar um regime de memória complexo. A circularidade de imagens e enunciados característica dos textos da mídia ativa uma memória de curto prazo a partir da repetição, que se vale de uma memória de longo prazo sempre revisitada em seus mitos fundadores, ou como afirma Gregolin (2003a),

a mídia produz sentido por meio de um insistente retorno de figuras, de sínteses-narrativas, de representações que constituem o imaginário social. Fazendo circular essas figuras, ela constrói uma ‘história do presente’, simulando acontecimentos-em-curso que vêm eivados de signos do passado.

(GREGOLIN, 2003a, p. 96)

Nos textos da revista *Veja*, observamos que os enunciados constantemente repetidos – sejam na sua forma ‘original’, sejam relativamente modificados, mas ainda suficientemente

reconhecíveis — ocupam, normalmente, lugares privilegiados, tanto do ponto de vista da organização textual, quanto da editorial. As posições por eles ocupadas são, em sua maioria, as de títulos dos textos. Do ponto de vista textual, destacam-se por sua relação de antecedência em relação ao texto, por sua função de anúncio-resumo. Do ponto de vista editorial, essa função de antecipação pode ser potencializada pelo destaque promovido na seleção do tipo de fonte, de seu tamanho e cor, de sua disposição na página etc..

Essas *formulações-origem* desempenham, assim, um papel protocolar de orientação da leitura, já que não se trata de qualquer formulação, mas sim de formulações que pertencem a um domínio de emergência legitimante, a saber, domínios como o religioso, o jurídico, o científico, o literário, sob a forma de adágios religiosos, de leis, de axiomas científicos, de títulos ou frases célebres empregados em obras literárias, filmes, dentre outras.

Talvez essa seja uma das especificidades do emprego de *formulações-origem* pela revista de informação: apesar de ser um objeto-cultural que é feito para durar pouco, pelo material do suporte, pela referencialidade datada de seu conteúdo, pelas representações de práticas de leitura que promove (extensivas, descontínuas, panorâmicas), é preciso legitimar-se como instituição midiática que, paradoxalmente, busca constituir-se como uma referência histórica¹¹⁴, didática, que projeta um *leitor-modelo*, que apesar de ler muito e muito rápido, é um leitor crítico, bem informado, porque tem acesso a um ponto de vista também crítico, profundo e legitimado¹¹⁵.

Na edição de *Veja*, número 20, de maio de 2004, nas páginas 36 e 37, a formulação *Afasta de mim esse cálice* é empregada como título de um texto editorial, que tem por subtítulo, *Impulsividade de Lula e assessores tresloucados transformam uma questão prosaica criada por reportagem do New York Times em uma grande crise*.

¹¹⁴ Sobre a forma como as instituições midiáticas buscam constituir-se como fonte histórica, seja reconstituindo o passado, seja apresentando a ‘história do presente’ discursivamente, conferir os trabalhos de GREGOLIN (2003a); NAVARRO BARBOSA (2003a; 2003b; 2004).

¹¹⁵ O projeto pedagógico “Veja na sala de aula” é um exemplo dessa representação que a revista constrói sobre si mesma, com vistas a sua legitimação sócio-cultural.

Esse texto de *Veja* (figura 61) refere-se à reação do governo federal motivada pela reportagem de um jornalista norte-americano, cujo tema era o consumo excessivo de bebida alcoólica pelo presidente Lula. O texto, ao longo de suas 10 páginas, primeiro, descreve a decisão do governo de expulsar o jornalista; em seguida, elenca uma lista de comentários eufóricos do presidente Lula sobre a bebida, feitos quando ele ainda não era presidente (lista que é acompanhada de diversas fotos do presidente em situações de consumo de bebida); um pouco adiante, apresenta o “Índice Ieltsin”, criado para qualificar os presidentes entre os “mandatários abstêmios” e os “bêbados e perigosos”; e, finalmente, apresenta em destaque um excerto sobre os ditadores — dentre eles Médici, Pinochet e Khomeini — que, bêbados ou não, “também expulsaram jornalistas” em seus respectivos governos. No início e no fim desse texto editorial aborda-se a relação entre governo e a expulsão de jornalista.



Figura 61, Veja, 19 de maio de 2004, p. 36, 37

Num primeiro momento, a leitura desse título “afasta de mim esse cálice” é orientada de modo derrisório¹¹⁶, para produzir um efeito de comicidade construído pela solidariedade entre o título e a imagem que compõem o texto editorial.

Na rede de memória em que se inscreve, essa *formulação-origem* “afasta de mim esse cálice” remonta à passagem bíblica que descreve os últimos momentos da vida terrena de Jesus, relatada nos evangelhos de Marcos, 14, Lucas, 22 e Mateus, 26.

¹¹⁶ Remetemos ao texto de Simone Bonnafeous (2003), em que a autora analisa a derrisão como uma estratégia do discurso do candidato da extrema direita francesa Jean-Marie Le Pen. A autora define derrisão como “a associação do humor e da agressividade que a caracteriza e a distingue da pura injúria” (p. 35). Diferentemente de sua análise em que o agente das derrisões é o próprio candidato em relação a seus concorrentes, empregamos um exemplo de derrisão política da imprensa em relação a um ator político.

Então chegou Jesus com seus discípulos a um lugar chamado Getsêmani. E, quando chegou àquele lugar, disse-lhes: Orai, para que não entreis em **tentação**. E apartou-se deles cerca de um tiro de pedra; e pondo-se de joelhos, orava. Dizendo: Pai, todas as coisas te são possíveis; **afasta de mim este cálice**; não seja, porém, o que eu quero, mas o que tu queres.

(Marcos, 14, 32:36, grifo nosso).

Considerando o texto editorial de *Veja* em sua totalidade multimodal podemos observar uma diferença de formulação em relação ao enunciado bíblico: na revista, “Afasta de mim **esse** cálice” e no texto bíblico “Afasta de mim **este** cálice”.

A forma remissiva “esse cálice”, empregada no título da reportagem, retoma não um referido lingüístico mas um elemento de outra modalidade de linguagem, a saber, um elemento da imagem fotográfica. A foto é articulada à linguagem verbal do título, produzindo um efeito de continuidade entre as duas modalidades de linguagem. Assim, a imagem – ou mais particularmente um de seus elementos, a saber, uma taça – ao anteceder o título da reportagem, graças a sua disposição na página, funciona como elemento já referido a ser retomado anaforicamente pelo pronome demonstrativo “esse” e pelo substantivo “cálice”. O processo de referenciação anafórica estabelecido no interior desse texto editorial de *Veja* só é possível se considerarmos que o discurso se manifesta sob diferentes formas semióticas e que, apesar de suas diferenças, podem estabelecer uma relação de continuidade, de homologia enunciativa.

O enunciado emerge ainda na canção de Gilberto Gil e Chico Buarque, de 1978, com vistas a criticar a censura promovida pelo Governo durante o Regime Militar. Num jogo metafórico com a semelhança sonora entre o substantivo ‘cálice’ e a forma imperativa do verbo calar (cale-se), objetivava-se nessa canção driblar e ao mesmo tempo criticar a censura imposta pelo governo militar.

Relacionado de modo jocoso à foto que ilustra o texto editorial, o enunciado “afasta de mim esse cálice” emerge num entrecruzamento de duas memórias: sem perder algo do discurso religioso, ou seja, do sentido bíblico referente à tentação, esse enunciado também alia alguns

efeitos de sentido que a canção “Cálice” promove em relação à censura. Considerando a observação que fizemos sobre o tema que inicia e que finaliza a reportagem, referente à relação entre governo e expulsão de jornalistas, lembra-nos Navarro Barbosa, que os jornalistas são *profissionais da memória que agenciam, dentre o quadro de acontecimentos fornecido pela história, os símbolos que lhes conferem mais sentido para a produção de identidades no presente* (2004, p. 331). O jogo editorial de retomadas visa, portanto, e sobretudo, a controlar o enunciado em seu acontecimento aleatório, provocando uma articulação específica da *memória*.

Se considerarmos que a repetição sustentada em citações arrasta efeitos, dentre os quais o de credibilidade, dos lugares históricos e culturais de onde essas citações se originam, e sendo a citação, como a designa Certeau ([1980] 1994), *a arma absoluta do fazer crer*, estabelece-se assim o real num jogo com a flexibilidade das justaposições de citações, um jogo de *fiabilidade circular*, para usar outras palavras de De Certeau a respeito da citação. Assim, *citar o outro em seu favor é portanto dar credibilidade aos simulacros produzidos num lugar particular* (CERTEAU, [1980] 1994, p. 290) e restituir uma memória de modo específico, se valendo, para tanto, de *representações do passado que atendam a demandas específicas do presente* (NAVARRO BARBOSA, 2004, p. 332).

Além dos efeitos de credibilidade, essas citações, como já mencionamos, estabelecem uma projeção de leitor como alguém que sabe e pode reconhecê-las como tais. Se seu não reconhecimento e atribuição a uma memória específica não prejudica uma interpretação do texto, no entanto, o reconhecimento de seu intertexto promove o sucesso de uma intenção comunicativa, já que institui uma imagem do leitor à qual este corresponde e com a qual se identifica no momento de leitura. Segundo Joly ([1994] 2003), *joga-se com o saber do leitor ou do espectador, criando assim um sentimento de cumplicidade entre iniciados* (p. 107). Algo que poderíamos parafrasear como: *Veja diz o que diz, porque sabe com quem está falando*

versus eu sei o que *Veja* diz porque compartilho com o produtor do texto dos mesmos referenciais culturais (e poderíamos acrescentar: e que bom que eu sei o que *Veja* diz!).

A mídia, ou de modo específico a revista *Veja*, a partir de técnicas de escrita como do reemprego dessas *formulações-origem* – que se inscrevem no processo de **constituição**, de **formulação** e de **circulação** dos discursos – desempenha papel importante na conformação da memória social¹¹⁷.

Seguem outros exemplos do emprego de *formulações-origens*, que se repetem com maior frequência, que voltam porque parecem se reservar um poder de comunicar mais efetivo que outros enunciados, potencializando seja o tom crítico, dramático, jocoso, de curiosidade, de sensibilidade artística, etc.. Com um funcionamento semelhante ao do enunciado analisado, esses exemplos atestam-nos a regularidade dessa prática de escrita que se articula diretamente com a memória social¹¹⁸, instituindo de certo modo o que é digno de lembrança e o que se pode esquecer.

¹¹⁷ Um parêntese: a recente insistência nos textos de *Veja*, no contexto de segundo turno da eleição presidencial de 2006, de que os eleitores brasileiros dividiram-se regionalmente e a sugestão de que aqueles localizados nas regiões sul e sudeste do país, com um nível de formação superior às demais regiões, mais bem informados, eram eleitores de Alckmin, nos indicia de fato não necessariamente um nível de formação e de informação superior que os qualificaria como mais hábeis para escolher o presidente da república, mas sim uma maior exposição e suscetibilidade às mídias, como *Veja*, e ao peso de formadores de opinião tão bem instrumentados por esses meios em nossa sociedade midiaticizada.

¹¹⁸ Na delimitação das formulações-origem a serem analisadas, optamos por selecionar somente textos em que essas *formulações* figurassem na posição de título de reportagens e por aqueles referentes à seção “Brasil”, que se ocupa preferencialmente de questões da política nacional. Essa última escolha se deu por nos parecer, num primeiro levantamento desses enunciados, a seção na qual mais se valem desse procedimento, talvez em função do tom derrisório das abordagens jornalísticas quando o assunto é política, ou melhor, a vida dos atores políticos.



Nesse texto editorial (Figura 62) é empregada uma formulação de domínio comum, um enunciado como muitos outros que participa de uma memória social e que é compartilhado extensivamente em nossa cultura.

Assim como outros adágios populares e religiosos ele se filia a uma rede de memória, estabelece relações com outros enunciados, migra de domínios associados específicos para se inscrever em outros textos, ao lado de outros enunciados, em diferentes redes de memória, constituindo-as e constituindo-se em sua singularidade.

A formulação inscrita nesse texto retoma o enunciado “Com amigos como esses, quem precisa de inimigos?”. Os produtores dos textos editoriais se valem também do recorte dessas formulações, fornecendo ao leitor apenas parte do adágio, da oração. É exatamente porque certos enunciados são facilmente reconhecíveis que podem ser apresentados parcialmente,

como nesse texto editorial, contando assim com o preenchimento da totalidade do enunciado por parte dos leitores, com o acabamento literalmente do texto pelo leitor. A remanência moralizante, em tom de crítica, materializada nessa formulação, significa graças à instauração de um domínio associado, relativo a formulações do mesmo gênero, de mesma extensão, graças a uma rede sinonímica de outros enunciados tais como o adágio bíblico “Dize-me com quem andas e direi quem tu és”. Ambos enunciados tematizam a relação direta entre a estreiteza no relacionamento de amizade e a possível interpretação do caráter das personalidades, a partir dos tipos de amizade que se mantém.

A *lei de acúmulo* da qual participa todo enunciado, graças ao estabelecimento de uma recorrência desse enunciado no interior de um texto midiático, graças ao papel que a instituição ocupa socialmente, ajusta os efeitos de sentido que se espera obter com a produção desse enunciado, que se constitui, se formula e circula especificamente em função dessa lei, que faz com que esse enunciado se some a outros, verbais e não-verbais, que compõem o texto.

O recorte operado no enunciado, manifesto na formulação que dá título a esse texto editorial, parece-nos deslocar aquele referencial que seria o do enunciado completo. Num primeiro momento, analisamos esse enunciado considerando-o em sua totalidade. Assim, esse enunciado referiria-se à crítica aos amigos do governo, representado nessas páginas pela fotografia do presidente Lula e do então ministro da casa civil, José Dirceu, os quais estariam acompanhados de más-amizades, implicando também seu envolvimento, o comprometimento do caráter dos governantes, do governo. Num segundo momento, no entanto, considerada a omissão da parte do enunciado “Com amigos como esses”, e considerada também que nessa parte omitida teríamos a presença de uma forma remissiva do discurso, o pronome demonstrativo “esses” parece-nos que a pergunta “Quem precisa de inimigos” desloca-se projetando-se para o leitor como aquele a quem se faz a pergunta.

A supressão da ancoragem feita por meio do pronome demonstrativo “esse(s)”, “este(s)” – ou, no caso da variante do enunciado “Com uma amizade como essa, quem precisa de inimigos?”, “essa(s)”, “esta(s)” – permite que interpretemos o que num primeiro momento parecia ser uma pergunta retórica, interna ao texto, como uma pergunta dirigida para o exterior, para o leitor. Dito de outro modo, o enunciado “Quem precisa de inimigos?” apresenta-se de modo opaco, quanto a seu direcionamento e é essa opacidade, duplicidade que produz diferentes efeitos.

A *formulação-origem* “Com esses amigos, quem precisa de inimigos?” é geralmente empregada de modo situado para que possamos preencher a forma remissiva da expressão composta pelo pronome demonstrativo “esses” e pelo substantivo “amigos”. Nesse seu retorno parcial, sob a forma de título, esse enunciado parece se dirigir ao leitor, ele mesmo, o que implica atribuir o papel de “esses amigos” a todas as personalidades que ilustram o texto, incluindo também Lula e José Dirceu, numa espécie de, para usarmos um termo da semiótica, “debreagem enunciva” de ordem icônica.

Os jogos com a referenciação empreendidos nesse texto, de modo semelhante ao exemplo anterior, fazem trabalhar uma homologia discursiva, estabelecida entre a linguagem verbal e a não-verbal. As imagens fotográficas corresponderiam à primeira parte do enunciado e a formulação verbal à segunda parte. Institui-se, assim como no primeiro exemplo, uma continuidade entre esses enunciados verbais e não-verbais que apesar de se tratarem de modalidades de linguagem diferentes, compõem um mesmo texto com vistas a atualizar uma mesma memória. O recorte de parte do enunciado é na verdade a condição para a instauração dessa sintaxe complexa entre a modalidade imagética e a verbal, intradiscursivamente.



Figura 63, Veja, 14 de janeiro, 2004, p. 46, 47

Nesse outro exemplo (figura 63), a formulação “Olho por Olho, Dente por Dente”, parafraseia parcialmente a expressão símbolo da Lei do Talião “Olho por Olho, Dente por Dente”, empregada no título desse texto editorial. Talvez trate-se de um dos provérbios mais conhecidos em nossa sociedade – já que figura na Bíblia, texto fundamental de nossa cultura ocidental – e mais antigos, remontando ao tempo do Código de Hamurabi, 1730 a.C..

Esse provérbio, assim como é próprio a todo provérbio, é estável através dos tempos, por isso desde tempos remotos, instaura, valida, regulamenta o direito de réplica. Adquiriu, ao longo de suas apropriações, um sentido ligado à vingança, conforme valor denegado na passagem bíblica, Mateus, capítulo 5, versículos 38 e 39, *Ouvistes que foi dito. Olho por olho, dente por dente. Eu, porém, vos digo: não resistais ao perverso; mas, a qualquer que te ferir na face direita, volta-lhe também a outra.*

Os limites entre “direito à réplica” e “direito à vingança” compõem, a rede de memória que garante a enunciabilidade e os sentidos a esse enunciado. Nesse texto editorial, esses limites não são evidentes. Diante das medidas antiterroristas tomadas pela migração nos Estados Unidos e os constrangimentos sofridos por brasileiros na entrada nos EUA, um juiz brasileiro, baseado no princípio de reciprocidade das leis internacionais, estabeleceu regras de migração semelhantes às dos EUA aos imigrantes norte-americanos quando de sua entrada no Brasil.

A substituição cômica, derrisória, de parte da formulação-origem, “dente por dente” por “dedo por dedo”, remete ao gesto de apreensão de impressões digitais. Além de uma certa semelhança sonora e gráfica das palavras “dente” e “dedo”, essa escolha lexical evidencia um método relativamente arcaico de registro da personalidade, gesto associado também ao universo criminologista.

Sendo interpretável fora de qualquer contexto particular, o provérbio então se ajusta à rede de enunciados que lhe acompanha nesse texto, orientado conforme uma memória específica com vistas a promover e garantir o “tom” do texto verbal aliado à precisão da asserção nele contida. Segundo Maingueneau

o provérbio é uma asserção sobre a maneira como funcionam as coisas, sobre como funciona o mundo, dizendo o que é verdadeiro. O enunciador apóia-se nele para introduzir uma situação particular em um quadro geral preestabelecido, delegando ao co-enunciador a tarefa de determinar a relação existente entre os dois.

(MAINGUENEAU, [1998] 2001, p. 171)

Trata-se, portanto, assim como nos demais exemplos, de uma repetição singular característica da função enunciativa: uma formulação proverbial, que fixa em sua forma material se repete de modo particular, em cada apropriação, em específico no seu emprego nos textos de *Veja*. É sua compreensão no funcionamento discursivo que nos autoriza a analisar o

acontecimento desse provérbio não como repetição adaptada, mas como enunciado que mobiliza especificamente uma memória social, ajustando os sentidos que podem ser resgatados conforme a rede de enunciados aos quais se avizinha, com os quais ‘calibra’ os efeitos de sentido que serão produzidos na leitura.

Finalmente, a título de exemplos da regularidade do uso dessa técnica de escrita, transcrevemos abaixo outras *formulações de referência* que foram enunciadas em textos editoriais da revista *Veja*.

1. Título do texto editorial publicado em *Veja*, número 30, de junho de 2004. p. 58, 59:

“MARTA E SEUS DOIS MARIDOS”

Subtítulo: **“Enquanto o bom de voto Eduardo Suplicy esnoba a campanha da ex-mulher, Luis Favre, o atual da prefeita, é apontado por caciques do PT como fator de rejeição à candidata”**

“Dona Flor e seus dois maridos”. Corresponde ao título da obra de Jorge Amado, divulgada, em livro, mas, sobretudo, sob a forma de minissérie televisiva já retransmitida em duas versões. Há, no emprego dessa “formulação-origem” um “efeito de derrisão” (Bonnafeus, 2003) — com seus efeitos humorísticos, cáusticos, zombeteiros, mas não exatamente violentos, apesar de depreciativos.

2. Título do texto editorial publicado em *Veja*, número 29, de julho de 2004. p. 46, 47:

“GOVERNAR É...”

Subtítulo: **“... dar ordens e tomar decisões juntinhos, como fazem, no Rio de Janeiro, Rosinha e seu marido e secretário de Segurança, Anthony Garotinho”**

“Amar é...” enunciado empregado nos adesivos autocolantes do álbum de figurinhas, publicado pela Editora Abril, durante a década de 70 e 80, voltado para as jovens colecionadoras. Esse enunciado era acompanhado da definição do amor, a partir de conselhos voltados para a compreensão das falhas, manias, defeitos, enfim das diferenças do sexo oposto, assim como o subtítulo desse texto editorial,

que se vale inclusive do ‘diminutivo’, aproximando-se da linguagem ‘adocicada’ das descrições dos gestos de amor.

3. Título do texto publicado em Veja, número 2, de janeiro de 2004. p. 46, 47:

“O EVANGELHO SEGUNDO OS POLÍTICOS”

Subtítulo: **“Candidatos de todos os partidos vão ao calvário pra conquistar o voto religioso e levantam uma questão: é saudável colocar Deus no centro da política?”**

Enunciado Bíblico “O evangelho segundo São Mateus/ São Marcos/ etc.

Enunciado também referente ao título da obra literária de José Saramago ‘O evangelho segundo Jesus Cristo’.

4. Título do texto publicado em Veja, 1º de Setembro, 2004, p. 42, 43

“O CAÇADOR TEVE SEU DIA DE CAÇA”

Subtítulo: **Uma operação da polícia federal, flagra um chefe da polícia federal em transações com doleiros**

Enunciado que explora a sabedoria popular do provérbio: “Um dia é da caça, o outro do caçador”, retomado em várias canções populares e empregado extensivamente em nossa cultura.

3.3.2. A REPETIÇÃO DE IMAGENS

A arte da memória visa permitir a memorização graças a uma técnica de ‘lugares’ e de ‘imagens’ que impressionam a memória.

Frances Yates

Segundo Jean Davallon ([1983] 1999), com o surgimento da imprensa e com o aprimoramento da reprodução de imagens e de som, alterou-se gradativamente a produção de memória: que partiu da *‘cabeça’ dos sujeitos sociais* para os *arquivos da mídia*. O poder de instituir uma memória social, graças à função de intermediadora de discursos, ampliou-se atualmente em função dos desenvolvimentos dos recursos técnicos empregados pela mídia. Considerando a imagem como um *operador de memória social* (DAVALLON, [1983] 1999, p. 31), tanto no que diz respeito ao acionamento de uma memória, quanto no que se refere a sua constituição, analisaremos a imagem discursivamente, ou seja, em sua *função enunciativa*.

Conforme abordamos no item 2.2, no início, os estudos desenvolvidos no interior da Análise **do** Discurso privilegiaram um certo domínio de discursos – **a política** – uma certa linguagem – **a verbal** – numa das modalidades de sua escrita – **a impressa**. Quando de sua mudança para a Análise **de** Discurso, seus estudos se estendem a uma variedade de domínios e a outras *materialidades discursivas*, dentre elas a análise da imagem. Considerando-a como uma das formas de materialização dos discursos, gostaríamos de nos voltar para as especificidades dessa forma, sobretudo em sua relação com a linguagem verbal, nos textos híbridos, ou melhor, multimodais da mídia impressa.

O princípio de solidariedade, empregado nos textos da mídia, entre a linguagem imagética (imagens em movimento ou fixas) e a linguagem verbal (oral ou impressa), manifesta-se nos textos sincréticos da revista *Veja*, sobretudo na relação entre a fotografia e sua legenda. Poderíamos falar de dois tipos de relação entre a imagem e o verbo: uma mais direta, entre a fotografia e sua legenda, uma mais indireta entre os textos, compostos de imagens e

palavras que se relacionam no interior de uma mesma edição ou em relação aos textos, também sincréticos, de outras edições.

A legenda tem sido empregada com a função de dar título, definir e esclarecer o contexto da fotografia e/ou comentá-lo, sugerir seu “conteúdo”. Não porque uma imagem fotográfica não fale por si mesma, mas porque é possível precisar seus efeitos de sentido, conforme discutimos no item 3.1.2. Interessa-nos aqui pensar essa solidariedade semiológica entre a foto e sua legenda à luz do conceito de *campo associado*, conforme definido por Foucault ([1969] 2000):

o domínio associado é constituído [...] pelo conjunto das formulações cujo *status* é compartilhado pelo enunciado em questão, entre as quais toma lugar sem consideração de ordem linear, com as quais se apagará, ou com as quais, ao contrário, será valorizado, conservado, sacralizado e oferecido como objeto possível, a um discurso futuro.

(FOUCAULT, [1969] 2000, p. 113)

Esse conceito de *domínio associado*, que aparentemente fora elaborado para contemplar as relações entre enunciados verbais, relaciona-se também a outras formas de manifestação enunciativa. Em nossas considerações acerca da noção de *materialidade discursiva* levantamos a citação de Foucault ([1969] 2000), que particularmente nos interessa retomar aqui, segundo a qual é possível considerar *um gráfico, uma curva de crescimento, uma pirâmide de idades, um esboço de repartição* como enunciados. O autor nos indicou, ainda, que na relação desses tipos de enunciados com enunciados verbais, estes poderiam acompanhá-los sob a forma de sua *interpretação ou comentário; não [como] equivalentes deles*. (FOUCAULT, [1969] 2000, p. 93)

Se considerarmos a imagem fotográfica empregada nos textos de revista em sua *função enunciativa* podemos afirmar que a relação entre o enunciado verbal, sob a forma de legenda, e o enunciado não-verbal, sob a forma da fotografia, estabelece-se, intradiscursivamente, por sua co-presença manifesta e, interdiscursivamente, por sua reatualização em um *domínio associado*, em comum (ou tornado comum estrategicamente).



Figura 64, *Veja*, 10 de maio, 2000, p. 74, 75

Com vistas a refletir sobre essa relação, analisaremos alguns textos editoriais publicados em *Veja*, em diferentes edições, que têm em comum o reemprego de algumas imagens e de sua composição nas páginas.



Figura 65, Veja 13 de março, 2002, p. 90, 91



Figura 66, Veja 26, Fevereiro, 2003, p. 50, 51

As figuras 64, 65, e 66 correspondem à reprodução de páginas de textos editoriais de *Veja*. Esses textos têm como tema a miséria do povo da Coreia do Norte e o despotismo de seu governo. Duas estratégias editoriais empregadas na apresentação desses textos merecem atenção: primeiro, o reemprego de fotos; segundo, a composição dos textos nas páginas.

Quanto à forma como os textos foram dispostos na página, observamos uma relativa semelhança na *mise en page* desses textos, como na quantidade, no tamanho e na localização das fotos. Destaca-se, ainda, o recorte de algumas das fotos que compõem o texto. O recorte empregado na figura 64 assemelha-se formalmente ao que fora feito na figura 65 que, por sua vez, é idêntico ao empregado na figura 66. Na primeira, recortou-se a imagem da estátua de Kim Il Sung que, conforme sua legenda, trata-se do Grande Líder; na segunda e na terceira figuras, recortou-se a imagem de Kim Jong Il, apresentado pela legenda como o atual ditador da Coreia do Norte.

O recorte fotográfico é um recurso de editoração de imagens fotográficas com vistas a destacar determinados elementos da foto, promover uma exclusividade, assim como, descontextualizar esse elemento que se quer enfatizar (cf. item 3.1.3, onde abordamos essa questão do recorte e da descontextualização das imagens).

A reiteração dos recortes – a foto da estátua de um ex-líder da Coreia do Norte e a foto de seu líder atual – aponta para uma reiteração disfórica da identidade entre os governos, seja porque numa dinastia o poder continua sempre na mesma família, seja para reforçar o efeito de não desenvolvimento, de estaticidade do país. Essa negatividade é descrita ao longo da reportagem, onde se atribui a condição de miséria da população norte-coreana ao regime de governo e ao modo de produção em vigor no país. Alguns enunciados verbais são ilustrativos dessa estaticidade da Coreia do Norte, tais como: *Isolada e empobrecida, a Coreia do Norte sofre com as excentricidades da **dinastia Kim*** (figura 65, grifo nosso), ou *A onipresença do*

tirano Kim II Sung, o Grande Líder: estátua iluminada numa capital às escuras (figura 64, grifo nosso).

A reprodução da foto em que figuram crianças com traços orientais, magras e desnudas e a orientação de seus efeitos de sentido pelas legendas – *Agricultura fracassada e crianças subnutridas: o país mais isolado*; e *Pobreza: Crianças desnutridas: dependentes de ajuda externa* – emergem num *domínio associado*, não somente na relação entre a foto e sua legenda, mas entre fotos que se repetem e legendas que se assemelham, de um exemplar a outro da revista. Dispondo de uma programação particular de produção de textos, os editores de revista podem colocar certos assuntos na pauta anual da revista, contribuindo para a promoção de uma memória, acerca desses assuntos.

A recorrência e a repetição correspondem a procedimentos próprios de toda e qualquer produção discursiva. Nos interessa aqui compreender o modo como essas propriedades são empregadas, as regularidades de sua volta nos textos da mídia em geral, e da revista impressa *Veja*, em particular. Uma das regularidades discursivas do emprego da repetição como técnica de escrita em *Veja*, parece ser, a instituição de um ‘*universo auto-referente*’, já que *as “imagens alimentam as imagens”* (JOLY, [1994] 2003), dado que os textos, em geral, televisivos ou impressos, valem-se constantemente de citações de outras imagens, de outras publicidades, de obras de arte, de imagens fixas ou em movimento (TV, Cinema) que, de modo solidário, por isso, auto-referente, contribuem para a constituição de uma memória. O reforço de determinadas imagens, de determinados enunciados, pela revista, corrobora alguns efeitos de sentido, atualizando-os, sedimentando-os na memória, tornando-os, de fato, simbólicos, representativos dela.

Para além da homologia entre o verbal e o não-verbal no interior do próprio texto, instaurando um processo interdiscursivo localizado, há essa interdiscursividade entre diferentes exemplares.

A repetição nesses diferentes textos, de diferentes exemplares, (Figuras 64, 65, 66) assinala-nos uma reiteração não apenas local, textual, mas referente ao tempo que separa uma edição da revista de outra edição, seja aquele referente ao tempo histórico que vem garantir significado a uma série de signos: o emprego da cor vermelha no índice do gráfico da figura 64, referente à expectativa de vida da Coreia do Norte e sua diferença em comparação com a Coreia do Sul; a fonte vermelha empregada para destacar a designação *POVO MISERÁVEL*, presente no título da reportagem, assim como a designação *O tirano vermelho*, em uma das legendas da figura 65; a metáfora imagética de um cobertor vermelho, (en)cobrindo uma criança faminta, na figura 66.

A técnica de contraste também se repete na escrita desses diferentes textos. Em todos eles apresenta-se os gastos de um governo e a fome do povo, representado sobretudo pelas crianças famintas. A fome é textualizada no verbo e na carne. As materialidades discursivas se conjugam na escrita desse textos para produzir essa homologia semiológica, esse desdobramento das modalidades de linguagem no sentido da produção de uma memória social.

A *ordem do discurso* que institui o enunciável, organizando uma memória que faz injunção ao *repetir, ao lembrar, ao esquecer* (COURTINE, [1992] 1999a, p. 16), apresenta-nos essas repetições de imagens, em sua solidariedade com os demais elementos que compõem os textos de revista, como um *protocolo de leitura*, como um protocolo de memória. A imagem, por si só, trata-se de um convite privilegiado ao olhar-leitor, o que pode ser potencializado quando ela se faz lembrar por sua repetição nos textos, por sua repetição simbólica que se inscreve historicamente numa memória, que também é construída por certas repetições, por certas lembranças e também por certos esquecimentos, certos apagamentos. Afinal, não enunciar é também uma amostra do poder simbólico das mídias.



Figura 67, Veja, 24 de abril, 1996, p. 38, 39



Figura 68, Veja, 03, de Abril, 2002, p. 46, 47

Um outro exemplo de repetição de imagens nos textos de *Veja*, explora não necessariamente uma semelhança na *mise en page* dos textos mas a visibilidade de um tema caro à instituição: a radicalidade do Movimento dos Sem-Terra.



O repertório de imagens disponíveis por *Veja* acerca do MST, não se restringe a um número pequeno de imagens que pudesse justificar seu reemprego em outros exemplares, mas o que parece justificar essa repetição é o exercício de proposição de uma memória específica, valendo-se da imagem fotográfica como esse *operador de memória social*.

Para além do aspecto ideológico implicado nessa repetição de imagens, interessamo-nos pela técnica de repetição em função de sua reiteração como prática de escrita nos textos de

Veja, logo, como prática voltada para/baseada em uma representação dos leitores e de seus modos de apropriação dos textos.

No primeiro fragmento de texto (Figura 67), o qual compõe a reportagem de 10 páginas intitulada *Sangue em Eldorado*, referente ao Massacre de Eldorado dos Carajás, em 17 de abril de 1996, é apresentada a imagem de alguns sem-terra, os quais, segundo a reportagem, *Em algumas invasões, como a da Fazenda Macaxeira, foco do conflito que deu origem à matança da semana passada, usaram lenços para esconder o rosto.* (*Veja*, nº 17, 24 de Abril de 1996, p. 39).

Essa imagem será repetida, 7 anos depois, para ilustrar uma outra reportagem de *Veja* sobre o MST (Figura 69), dessa vez numa reportagem especial intitulada *O beato Rainha*, referente à descrição do perfil do então atual líder dos sem-terra, José Rainha Júnior, descrito como um dos nomes mais

carismáticos e rebeldes [que] aparece em plena forma depois de passar quatro meses fugindo da polícia e outros dois na cadeia, acusado de **formação de quadrilha**. [...] Ele adota uma linha política mais **radical** [...]. Suas **táticas** também são mais **agressivas**. No momento, está tentando atrair as multidões de deserdados para citar o que ele chama de uma ‘nova Canudos’.

(*VEJA*, nº 24, 18 Junho de 2003, p. 72, grifo nosso)

Por extensão, e metonimicamente apresentado nessa descrição de José Rainha, é o perfil dos sem-terra que é retratado ao longo das 9 páginas da reportagem e ilustrado com a imagem fotográfica já empregada anteriormente na reportagem de Eldorado dos Carajás, em 1996. Ao lado dessa fotografia encontra-se outra que também ilustra o perfil dos sem-terra e que assim como a primeira trata-se de uma imagem já empregada em textos editoriais de *Veja*, num exemplar mais recente de 2002. Nesse exemplar (Figura 68) a fotografia de vários sem-terra *escarrapachados na sala de estar da fazenda*, segundo a legenda (*Veja*, nº 13, 3 de Abril,

p. 47), é empregada para compor o texto editorial a respeito da *invasão da fazenda dos filhos do presidente Fernando Henrique, a Córrego da Ponte, no município de Buritis, em Minas Gerais*. (p. 46-47).

O reemprego de fotografias referentes a acontecimentos históricos distintos e separados no tempo (6 anos, entre a foto de Eldorado e a foto de Buritis), garante à instituição midiática, pela repetição de imagens, em sua materialidade discursiva, a reafirmação daquilo que ela afirmara antes e a confirmação de que sua posição tanto antes quanto agora, atestam a coerência de sua escrita. Tratam-se de técnicas discursivas de auto-referência, de uma prática de construção da própria imagem institucional.

Observamos ainda que o exercício de contextualização na escrita desses textos editoriais – contextualização que se estabelece a partir do jogo entre os diversos elementos semiológicos manifestados no fio do discurso – ‘falha’ para poder fazer significar diferentemente quando da reaparição da fotografia, de sua reatualização. Referimo-nos aqui aos dois modos de enderçamento das imagens fotográficas pelas legendas. A legenda da foto em que os sem-terra empunham armas, no exemplar de 1996 (Figura 67), informa: *Sem-terra na Fazenda Macaxeira, foco do conflito que terminou no massacre: sandinismo e Sarney*. Já a legenda da foto do exemplar de 2003 (Figura 69) contextualiza essa imagem afirmando: *A REAÇÃO AO MASSACRE: Militantes com espingardas em Eldorado dos Carajás, onde os sem-terra foram massacrados em 1996*.

Se na primeira vez que a fotografia é apresentada, há uma relação de sucessividade temporal que informa que a foto fora tirada antes do massacre¹¹⁹ – conforme a legenda e o enunciado apresentado acima: *Em algumas invasões, como a da Fazenda Macaxeira, foco do conflito que deu origem à matança da semana passada, [os sem-terra] usaram lenços para*

¹¹⁹ Essa anterioridade não impede, no entanto, que essa foto seja empregada como uma espécie de justificativa para o conflito, para a ação dos policiais, antes contribui para isso. A força empregada na ação se justificaria diante de um exército de homens armados e prontos para a guerra, como os sem-terra representados na fotografia, alguns dias antes do massacre. Em destaque, num quadro logo abaixo dessa fotografia, afirma-se que *O MST usa armas e tem uma tradição de enfrentar a polícia*. (Sindicato-partido do MST In: *Veja*, 24 de Abril de 1996, p. 38)

esconder o rosto. —, já na sua repetição ela aparece como posterior ao massacre, como *reação ao massacre*.

Essa ‘falha’ é evidenciada nas *funções de ancoragem e de revezamento* que, segundo Barthes ([1963] 1993b), se estabelecem entre a imagem fotográfica e sua legenda. Esta restituiria à imagem fotográfica, entre outras possíveis faltas, a *temporalidade* e a *causalidade*, de que não gozam algumas imagens fixas, cabendo a outras materialidades a precisão de seu contexto.

Por outro lado, a distância temporal entre esses textos editoriais (7 anos) talvez justifique um eventual erro na escrita, talvez confirme uma orientação ideológica dessa instituição midiática. No entanto, essa ‘falha’ nas legendas e a distância temporal entre uma edição e outra da revista, permitindo/provocando esse equívoco, nos interessa mais precisamente como um indício textual de inscrição de representação de um leitor contemporâneo desse objeto cultural, cujas práticas de leitura se fundamentariam numa atenção mais dispersa, numa apreensão mais instantânea e fugaz das informações fugazes e instantâneas que circulam nesse objeto, numa rapidez do consumo dos textos desse gênero textual, desse gênero tipográfico revista de informação semanal devido a descartabilidade desse suporte revista impressa, logo, em um regime de memória baseado na brevidade, na imediatez, na fortuidade dos gestos de leitura empreendidos na apropriação dos textos da revista *Veja*.

Enfim, na análise de textos multimodais, como os da revista impressa *Veja*, é imprescindível mobilizar as diversas modalidades de linguagem, sua relação com o gênero e com o suporte, enfim, com a instituição midiática, para a compreensão do funcionamento discursivo, complexamente produzido na conjunção de suas materialidades discursivas.

Assim como no item anterior, apresentamos também alguns outros exemplos a seguir, apenas para ilustrar uma certa regularidade do uso dessa técnica de escrita na revista *Veja*.

Nesses exemplos, vemos ora uma distância temporal entre as edições não muito significativa (figuras 70 e 71), ora o emprego de uma mesma imagem para ilustrar conteúdos temáticos totalmente diferentes (figuras 74 e 75), ora a repetição de imagem parece ser empregada em função de seu caráter incomum, impressionante, e, talvez, da não disponibilidade de um arquivo mais amplo (figuras 72 e 73).

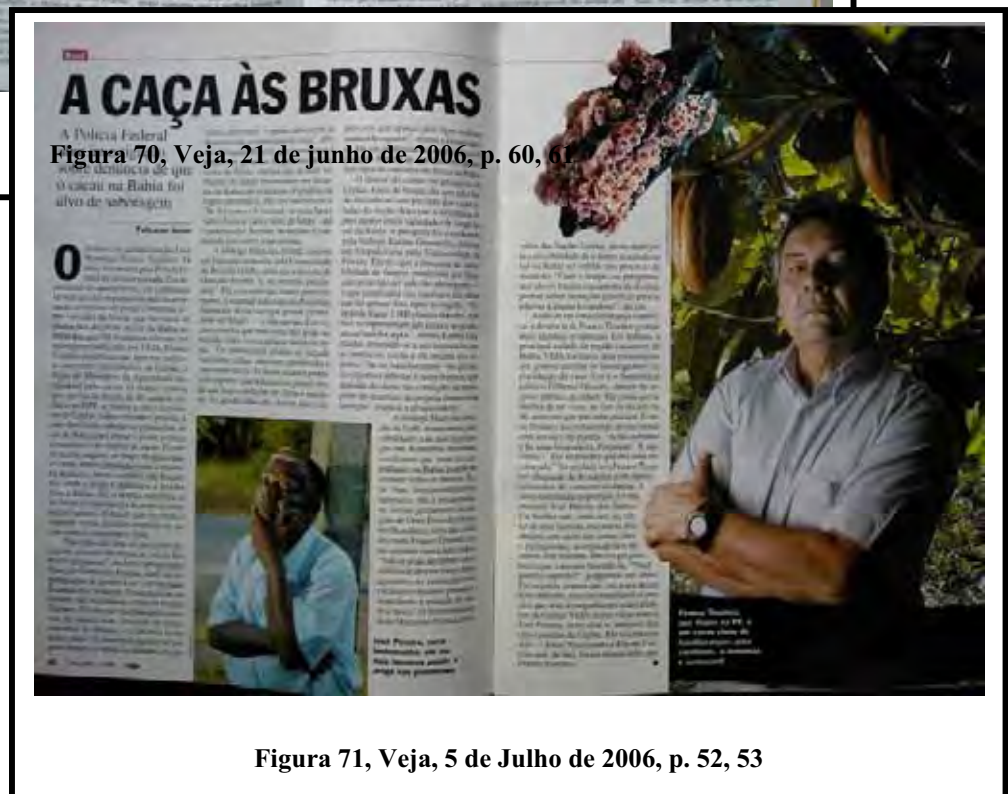




Figura 72, Veja, 10 de maio, 2000, p. 88, 89



Figura 73, Veja, 15 de Outubro, 2003, p. 94, 95



Figura 74 , Veja, 31 de Agosto de 2005, capa



3.4. DA INSCRIÇÃO DO LEITOR EM VEJA

Angélica, sentada ao lado de Pia, pergunta:

– Eu me chamo “eu” quando digo que eu gosto de você, e “me”, se você me dá de comer; por quê? Também me chamo “mim”, às vezes: três nomes além do meu?

Pia, encantada com seu novo papel:

– Pronomes, minha querida. Você se chama “você” e “lhe” quando eu lhe falo, e também “si”, se estou lendo para você.

– Mas eu não mudo.

Michel Serres

Todo texto inscreve seu leitor: as representações de seu leitor e de suas práticas de leitura. Trata-se de uma projeção discursiva que atua na escrita do texto e para a qual já traça, até certa medida, os modos de sua apropriação.

Os textos fazem sentido porque se instaura uma relação de interdependência e interconstitutividade entre o produtor, o texto e seu leitor (virtual e/ou efetivo). Essa virtualidade leitora está inscrita no texto do qual se faz necessária.

Essa imagem de leitor atua na **constituição** e manifesta-se obliquamente na **formulação** e nos modos de **circulação** dos discursos: não é para qualquer leitor que se produz um texto, num gênero textual específico, num gênero tipográfico e num suporte definidos. Uma projeção de leitor impõe-se no tempo da escrita de todo e qualquer texto (que se direciona a um leitor ideal, a um leitor-modelo¹²⁰) propondo-lhe uma identificação, que pode direcionar a

¹²⁰ A atenção voltada a esse tema da inscrição do “leitor” no texto remonta a uma tradição de estudos que concebem, a partir do paradigma estrutural, o leitor como instância inerente ao texto. Umberto Eco, um dos autores que empregou a expressão ‘leitor-modelo’, em *“Lector in Fabula”* ([1979] 1986), descreve um pequeno inventário das formas pelas quais esse leitor inscrito fora denominado — exs.: *leitores virtuais, leitores ideais, leitores-modelo, superleitores, leitores projetados, leitores informados, arquileitores, leitores implícitos, metaleitores e assim por diante*. Essa abordagem do leitor em diversas tendências, suscitou, sobretudo, duas questões: *o funcionamento de um texto (mesmo não verbal) explica-se levando em consideração, além ou em lugar do momento gerativo, o papel desempenhado pelo destinatário na sua compreensão, atualização, interpretação, bem como o modo com que o próprio texto prevê essa participação*. Tradição, conforme Eco, em que se inscrevem, a partir dos anos 60, os estudos empreendidos no interior de uma linha semiótico-estrutural

prática do leitor real. Tanto na instância de produção do texto, quanto na instância de sua recepção, portanto, a “ação” dessa representação de um leitor-simulacro é crucial.

Essa imagem do leitor é intangível, tanto na concepção do texto, ou seja, no modo como o autor o projeta, o imagina antes de materializá-lo com o corpo das palavras, quanto no ato de efetivação da leitura, devido à singularidade e à efemeridade características das apropriações necessariamente plurais dos textos. No entanto, é possível apreendê-la, mesmo que oblíquamente, a partir da análise das representações discursivas presentes tanto nas palavras do próprio leitor empírico, as quais temos acesso por meio de entrevistas ou de declarações, depoimentos de leitura, quanto por alguns indícios textuais, alguns *protocolos de leitura* deixados nos textos os quais nos possibilitam entrever esse leitor.

Conforme anunciado na introdução, optamos por trabalhar com esta última ordem, com o leitor e suas práticas de leitura inscritos na materialidade discursiva, sob a forma de representações discursivas nos textos da revista *Veja*.

Dentre os vários procedimentos editoriais empregados em *Veja*, analisamos agora a estreita relação entre a manipulação estratégica da forma do suporte revista impressa e o uso do nome próprio do leitor-assinante na capa de um exemplar específico de *Veja* e no corpo de um texto publicitário que figura em seu interior¹²¹. A forma de interpelação do leitor, empregada nesse exemplar, interessa-nos como um indício a partir do qual podemos entrever algumas representações de práticas de leitura, como um *protocolo de leitura* que, conforme já mencionamos anteriormente, disposto nos textos, atua como um indicador de *quais devem ser a interpretação correta e o uso adequado do texto, ao mesmo tempo que esboça seu leitor ideal* (CHARTIER, [1985] 1996, p. 20).

[exs.: Barthes, Todorov, Genette, Rifaterre, Maria Corti e o próprio Eco] e uma linha hermenêutica [exs.: Iser, com base em Ingarden, Gadamer, Mukarovski, Jauss]”. Essas duas linhas, a partir das discussões suscitadas e das relações que estabeleceram entre si, contribuíram decisivamente para a conformação de uma “teoria da recepção”.

¹²¹ A escolha desse exemplar (Edição Comemorativa de Aniversário de 35 anos), em particular, relaciona-se à raridade no emprego desse procedimento técnico que, se raro, em função das dificuldades técnicas e logísticas, é sintomático dos valores contemporâneos que revela.

Essas técnicas, como veremos, correspondem a um dos atuais processos de subjetivação, que segundo Guattari & Rolnik ([1986] 1993, p. 31), na esteira da abordagem foucaultiana do sujeito, são formas *de agenciamento* [da] *subjetividade* [a qual] *é essencialmente fabricada e modelada no registro social*, não se tratando, portanto, da subjetividade de cada sujeito empírico, mas de uma *subjetividade social, uma produção que se pode encontrar em todos os níveis de produção e consumo*. Como um pólo de produção e difusão de valores culturais que constituem a sociedade contemporânea, a mídia tornou-se um desses espaços onde se produzem, se propõem e circulam modelos de subjetividades.

Considerando a noção de sujeito, conforme indicada por Michel Foucault, como uma *função enunciativa*, como uma posição sujeito que em si *é um lugar determinado e vazio que pode ser efetivamente ocupado por indivíduos diferentes* ([1969] 2000, p. 109), possibilitando que *um único e mesmo indivíduo possa ocupar, alternadamente, em uma série de enunciados, diferentes posições e assumir o papel de diferentes sujeitos* ([1969] 2000, p. 107), analisaremos essa estratégia de escrita midiática que, pela focalização de uma individualidade a partir da referência a seu nome próprio, visa a instaurar subjetividades, enfim, representações de sujeitos e de suas práticas.

Apoiados na teoria da constituição das subjetividades, conforme pensada por Foucault ([1982] 1995; [1980-1981] 1997a; [1981-1982] 1997b), segundo a qual as formas de controle de uma sociedade são indicativos das práticas que elas visavam a controlar, buscamos vislumbrar as práticas de leitura indiciadas nos textos de *Veja*, a partir de algumas de suas estratégias de controle e orientação da leitura que se manifestam sob as formas de representação midiática dessas subjetividades.

3.4.1. DAS ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DISCURSIVA DO LEITOR EM VEJA

Para além das manifestações reais de homogeneização social, a publicidade trabalha, paralelamente à promoção dos objetos e da informação, na acentuação do princípio de individualidade.

Gilles Lipovetsky

Gostaríamos de partir da constatação de uma tendência atual, cuja extensão compreende vários domínios, em direção a um processo de simulação da subjetividade, ou seja, no sentido de uma progressiva focalização de cada sujeito.

No que diz respeito à mídia, um desafio que se lhe coloca hoje em dia é como conciliar então uma comunicação de massa e o atual movimento crescente em direção ao sujeito, individualmente? A segmentação parece ter sido a resposta encontrada. Se o indivíduo constrói sua identidade socialmente, ou seja, em grupos aos quais se sente filiado, com os quais se identifica, com os quais acredita partilhar gostos, impressões, características, cabe à mídia, então, estrategicamente, para falar com cada um, dirigir-se a vários, mas como se lhes falasse individual e pessoalmente.

Segmentação, portanto, cada vez mais fina e complexa que se fundamenta, basicamente, primeiro, em uma maior precisão dos grupos, de modo a promover uma maior atenção às demandas específicas de cada grupo bem como uma maior proposição/criação de demandas; segundo, em uma aceleração das mudanças, logo, em um encurtamento do tempo, baseado no princípio da imediatez, da fugacidade, da mudança e da readequação constante. Ambos procedimentos característicos dessa crescente segmentação são responsáveis, ou melhor, visam ao aumento do consumo. Para tanto, essa segmentação precisa, então, contemplar as especificidades de grupos cada vez menores, que por sua vez são cada vez mais temporários.

A multiplicação de segmentos relativos a comunidades que se especificam por seus gostos, seus estilos, suas crenças com vistas a contemplar minorias, especificidades regionais, nacionais, gêneros, por exemplo, está ligada paradoxalmente a um processo de internacionalização, ou seja, a uma contemplação homogênea de uma heterogeneidade sem limites geográficos.

O fenômeno de segmentação, ligado à internacionalização das mídias, estabelece um processo de identificação pela promoção de coincidência entre *uma comunidade baseada na idade, uma comunidade baseada no sexo, um meio cultural, um estilo, uma forma de habitar, pólos de interesse*¹²² (CHARON, 1999, p. 104), numa espécie de globalização das subjetividades.

Criadas e/ou acentuadas no processo atual de globalização, ao qual a subjetivação está intrinsecamente ligada, as mudanças nos modos de relacionamento entre a mídia e os consumidores estabelecem-se, entre outros, por meio de um simulacro de proximidade, forjado por vários procedimentos de escrita, mobilizados pela e na linguagem da mídia, que se caracterizam, por exemplo, pela atribuição de um caráter pessoal aos contatos estabelecidos entre o locutor midiático e o interlocutor-consumidor. Trata-se, assim, de um constante exercício de simulação de intimidade, de proximidade e de confiabilidade.

Segundo o sociólogo Anthony Giddens ([1990] 2002) as relações de **confiança** estabelecidas na modernidade exigiram transformações institucionais, uma vez que passamos de *compromissos com rosto (facework commitments) a compromissos sem rosto (faceless commitments), da confiança em pessoas à confiança em sistemas abstratos* ([1990] 2002, p. 121). Desse modo, tem-se a mudança de uma confiança antes de caráter pessoal, estabelecida entre pessoas, para uma confiança em sistemas abstratos, instaurada por meio de sistemas especializados. Por essa razão, *a confiança em sistemas abstratos [...] não pode, em função de*

¹²² “une communauté d’âge, une communauté de sexe, un milieu culturel, un style, une forme d’habitat, des pôles d’intérêt.” (CHARON, 1999, p. 104)

sua própria natureza, assegurar a mutualidade ou a intimidade que oferecem as relações de confiança pessoais (GIDDENS, [1990] 2002, p. 121).

A mídia é, dos sistemas abstratos contemporâneos, aquele que, por excelência, rege, ou melhor, intermedia relações interpessoais, o que torna necessário criar formas para aproximar o distante e/ou desconhecido, por isso, menos confiável, exigindo, então, a construção de mecanismos de estabelecimento da confiança.

Para que a mídia – *sistema abstrato* que intermedia *compromissos sem rosto* – possa atuar como instauradora ou reguladora de práticas sociais, que exigem uma certa relação de confiança, ela deve promover simulações de proximidade, capazes de substituir e restabelecer os *compromissos com rosto*, garantindo, o estar próximo dos leitores/telespectador/ouvintes. A partir da utilização de recursos que viabilizam a criação dessas simulações, a mídia emprega técnicas que tentam garantir às novas formas de relacionamento a confiabilidade necessária ao estabelecimento e à manutenção dessas relações.

Alguns recursos lingüísticos são há muito empregados para a promoção dessa aproximação, tais como o uso do pronome de tratamento “você”, ou do pronome pessoal “nós”, que têm, entre outras, a função de tornar simétrica a relação de quem fala àquele a quem se fala a quem se dirige; e o uso de imagens-espelho, que têm a função de estabelecer processos de identificação.

Para tentarmos depreender alguns efeitos desse processo de simulação de proximidade pela mídia para com seus consumidores, analisaremos a especificidade de um desses procedimentos midiáticos de interpelação do leitor. Para tanto, elaboramos uma distinção conceitual, que separa esses procedimentos, segundo uma gradação dos efeitos visados, os

quais distingüimos pelas seguintes designações: **efeito de individualização**, **efeito de personalização** e **efeito de singularização**¹²³.

Além do emprego de recursos clássicos, já mencionados, a mídia tem se valido, de formas mais sofisticadas, mais arrojadas de inscrição do leitor, graças às novas tecnologias de linguagem, que viabilizam a potencialização de suas formas de interpelação.

Ressaltamos que as técnicas empregadas para tentar produzir esses efeitos mencionados têm em comum o objetivo de simular a intimidade, concedendo um caráter pessoal à enunciação. Para isso, a mídia já se vale de uma série de elementos de *ancoragem* do discurso que remetem à proximidade temporal de sua escrita em relação ao seu leitor¹²⁴. Outra forma de estabelecimento de proximidade, constantemente empregada pela mídia, é o que designamos como **efeito de individualização**, ou seja, trata-se do emprego do pronome de tratamento “você” (em suas variantes possessivas, seu, sua, seus, suas) ou do pronome pessoal “nós” em sua modalidade inclusiva.

Quanto ao “nós”, em sua modalidade “inclusiva”, pode-se afirmar, a partir dos estudos do lingüista francês Émile Benveniste ([1966] 1995), que ele encerra as duas pessoas do discurso, quais sejam, quem fala, “eu”, e com quem se fala, “tu-vós/você-vocês”, proporcionando um efeito de incorporação, de nivelamento dos sujeitos no processo de enunciação.

Já a forma pronominal «você», no português do Brasil, é o modo de tratamento geralmente utilizado pelas pessoas para se dirigirem umas às outras, indicando a informalidade do contato, em contraposição às formas de tratamento “senhor” e “senhora”, caracterizadas

¹²³ A concepção desses efeitos-noções fundamentou-se nas sugestões das professoras Mônica Zoppi Fontana e Diana Luz Pessoa de Barros, no XIX ENANPOLL - Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Letras e Lingüística, 2004, ocasião na qual apresentamos a versão inicial dessa análise.

¹²⁴ Uma revista semanal de informação apresenta-se como um gênero tipográfico e um suporte que porta um conjunto de textos **contemporâneos** e, mesmo, **especialmente próximos** ao leitor. Para atestar essa proximidade ela se vale em sua escrita de diversas formas de ancoragem do discurso, seja lingüisticamente, por meio do emprego de dêiticos (de pessoa, tempo e lugar), seja por meio de outras modalidades de linguagem, por exemplo a fotografia de pessoas, de lugares, de eventos, que podem trazer na imagem traços étnicos, traços de localização espacial e temporal; ou ainda pelo próprio gênero tipográfico e pelo suporte, que inscrevem o tempo em sua própria materialidade e funcionalidade passageiras.

pelo maior grau de formalidade. Dirigir-se ao interlocutor por “você” estabelece efeitos interacionais e desierarquizantes.

O **efeito de individualização**, produzido no modo de interpelação do sujeito-leitor-telespectador pela forma pronominal “você”, é adotado freqüentemente pela mídia brasileira, não só impressa como televisiva. Trata-se de um procedimento que já foi explorado em diversas análises lingüísticas, discursivas e sociológicas e, por essa razão, dispensa-nos de maiores descrições.

Selecionamos o exemplar da Edição Especial de *Veja*, número 26, ano 36, de Setembro de 2003, ou conforme a designação dada pela própria revista, *Edição Comemorativa de Aniversário – 35 anos –* subtitulada *Três décadas e meia de história do Brasil e do mundo contada a VEJA por quem a fez*, cujo modo de interpelação do leitor, em sua capa e em uma propaganda presente em seu interior, diferencia-se do modo convencional, a saber, aquele que designamos acima que visa a produzir um **efeito de individualização**.

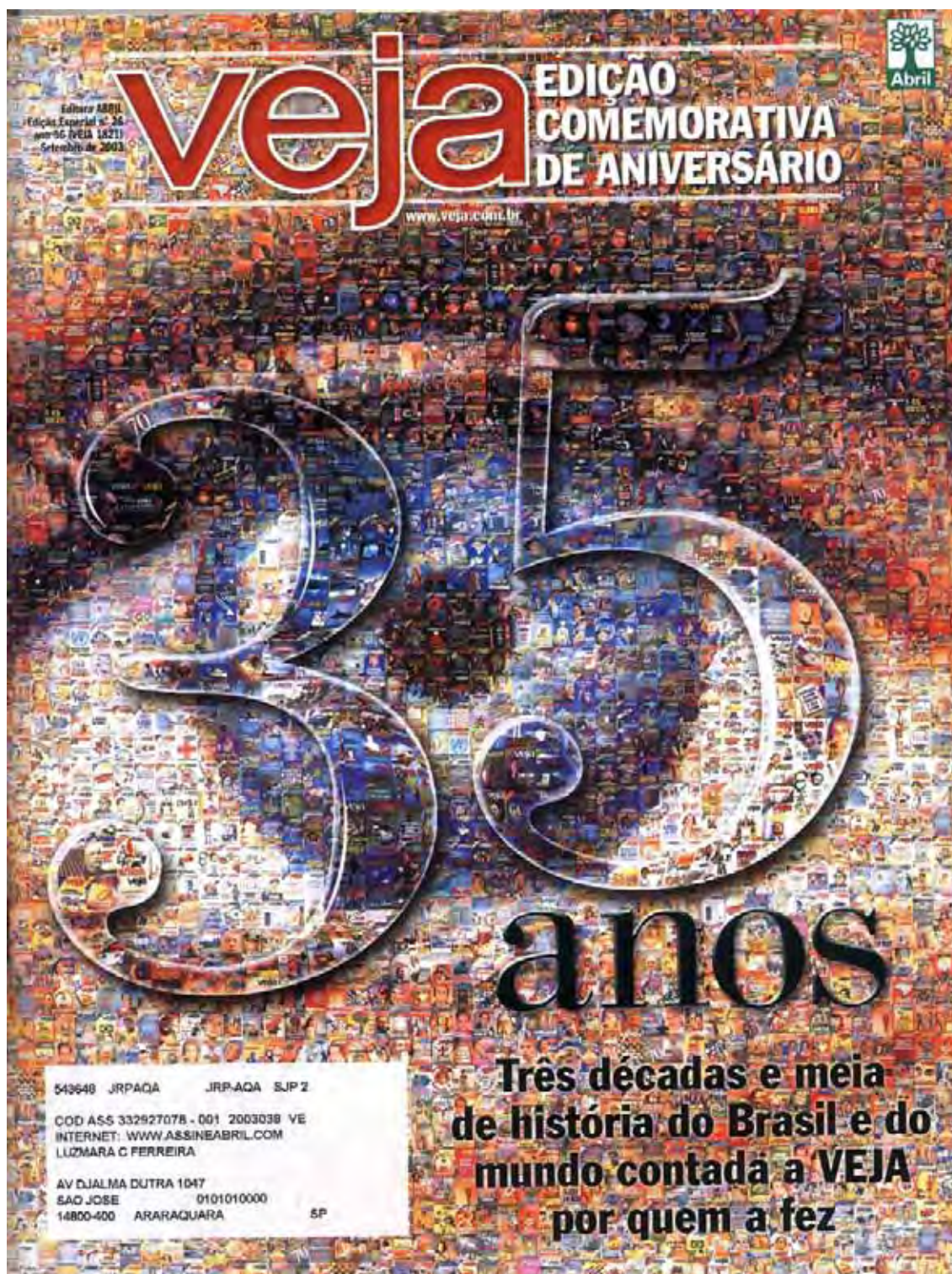


Figura 76, Veja, n.º 26, Setembro de 2003, capa

Inscribe-se nessa capa uma técnica de interpelação do leitor que definimos como aquela que visa a um **efeito de personalização**. Antes da análise específica desse efeito, chamamos a atenção, primeiro, para um breve histórico de estratégias editoriais empregadas

em revistas do início do século XX e, posteriormente, para outros elementos constituintes dessa capa, que também exploraram técnicas que visavam a efeitos de individualização e personalização.

Quanto a essas estratégias, lembramos que as revistas, no seu processo de constituição, ligado entre outros, à profissionalização das mídias e à estreita ligação destas com o mercado, com as necessidades comerciais em desenvolvimento, valeram-se e têm se valido de diversas estratégias para aumentar seu público leitor e seu lucro, condição essencial para sua sobrevivência. Algumas dessas estratégias são indicadas por Martins (2001), como estando na base do desenvolvimento do negócio de revistas no início do século XX, no Brasil. Segundo a autora são elas: a ampliação dos lugares de venda das revistas, as edições bilíngües, a solicitação de artigos ao grande público, os descontos em livros, a eleição de vítimas perpétuas (personalidades públicas), a divulgação, no interior dos exemplares de revista, de fascículos para colecionar, etc.. Além dessas estratégias, as revistas empregaram um procedimento que muito nos chamou a atenção: a fotografia como forma de especulação comercial. Segundo Martins (2001), as revistas solicitavam retratos de crianças, de filhos, sobrinhos dos assinantes e leitores da revista, para a sua divulgação nas páginas dos exemplares, o que garantia a compra do periódico pelo interessado e até a assinatura (expediente empregado em 1908 pela revista *Ronda*), ou ainda, a oferta *de ampliação em 40x50 cm da fotografia do leitor, enviada como brinde, como fez [a revista] A Garoa, em 1921, 'incluindo embalagem, registro e porte, podendo o trabalho ser retocado a crayon ou sépia'*. (MARTINS, 2001, p. 240).

De modo semelhante à estratégia empregada nesse exemplar especial de *Veja* (Figura 76) para seduzir seus clientes, a utilização de fotos, no início do século XX, parece-nos tocar também na questão de um direcionamento exclusivo ao leitor, que pode ver estampada a foto de um filho, de um neto, de um sobrinho, de um vizinho, nas páginas de uma revista, ou pode receber como brinde uma ampliação de sua própria foto. Ambas estratégias com a fotografia

pessoal, familiar, proporcionam ao leitor um tratamento exclusivo e baseado em algo muito pessoal: a sua imagem fotográfica estampada em uma revista, estampada em sua revista.

Voltemos à capa do exemplar de *Veja*. No que toca à consideração dos demais elementos que compõem esta capa referentes aos modos de direcionamento da revista ao leitor, logo, de promoção de identificação, começemos pelo subtítulo, que acreditamos ser emblemático do lugar que *Veja* reserva-se, como o de uma publicação que conta a *história do Brasil e do mundo*¹²⁵.

Dos procedimentos com vistas à produção de identificação mobilizados na capa desse exemplar (Figura 76), o emprego da autodenominação/adjetivação parece-nos ser um exemplo. Sabemos que ao se atribuir características eufóricas – como, por exemplo, auto-designar-se uma publicação histórica, que fez e faz História –, *Veja* propõe a seus leitores que a reconheçam como uma instituição midiática sólida e também como uma instituição autorizada a produzir história. *Veja* fez história, dada a relevância atribuída ao acontecimento de seus “35 anos”, mas também, faz História, conforme autoriza pensar uma certa ambigüidade do subtítulo que remete também a um fazer historiográfico. Trata-se da apropriação simbólica de uma prática na tentativa de gozar da legitimidade sócio-cultural do fazer História¹²⁶.

Assim, para além do uso da auto-adjetivação, esse subtítulo encerra uma espécie de ambigüidade, que viabiliza a produção de um efeito de similitude entre quem fez (a) História e quem fez *Veja*. O objeto direto, aqui representado pelo pronome oblíquo “a”, exigido pela

¹²⁵ Histórico-culturalmente, atribui-se o “fazer história” a publicações de caráter científico, como livros e revistas acadêmicas, que a partir de métodos históricos específicos elenca os fatos e as personalidades em conformidade com a teoria que os subsidia. A auto-atribuição desse lugar pela revista constrói discursivamente esse alargamento do gênero e da função dos textos na revista, estendendo-os ao gênero científico, “acadêmico”. Extensão de sentidos eufórica, no que diz respeito à construção de um imaginário (ou seja, representações coletivas) sobre a revista *Veja*, para o qual ela contribui ao desenvolver projetos como “Veja na Sala de Aula”, que tem como *objetivo transformar as reportagens de VEJA em aulas* (segundo informação do site Abril, link http://veja.abril.com.br/idade/saladeaula/o_que_e.html, consultado dia 13/10/2005) etc..

¹²⁶ De fato, pela gama de textos e pela exploração das imagens a revista se apresenta como uma testemunha dos acontecimentos de uma época, como fonte e como instituição produtora da história, fornecendo-nos sem dúvida uma versão da História. As operações de sua escrita é que não correspondem às operações historiográficas, à escrita da História propriamente dita. Sobre o tipo de operação historiográfica empreendido pela mídia ver NAVARRO BARBOSA, (2003a; 2003b; 2004).

regência do verbo fazer, tanto pode referir-se à *história do Brasil e do mundo* quanto à revista *Veja*.

Desse modo, pelo efeito de sentido instaurado por essa “ambigüidade”, o enunciado aponta para a importância editorial de *Veja*. Primeiro, em função das entrevistas feitas pela revista com autoridades que contaram a História do Brasil e do mundo. Segundo, em função das entrevistas com essas personalidades que fizeram história, que se tornaram grandes nomes, celebridades intelectuais, esportivas, da moda, da beleza, e, por isso, compuseram o rol de entrevistas promovidas por *Veja*, constituindo assim a história dessa revista nesses 35 anos. Nesse jogo promovido por essa ambigüidade, os efeitos de sentido instaurados apontam, ambos, para uma valoração eufórica da revista.

Além dos procedimentos de adjetivação e de ambigüização, a capa desse exemplar de *Veja* é ilustrada por uma imagem. Apresenta um grande olho, sob a forma de um mosaico, cujos fragmentos correspondem a várias capas de exemplares de *Veja*, conforme o próprio editorial da revista esclarece:

A imagem da capa da edição comemorativa foi montada, usando-se softwares gráficos especiais, com 1823 capas regulares e extras de VEJA, desde o primeiro número até os mais recentes.

(Seção Carta ao leitor, *Veja*, nº 26, Setembro de 2003, p. 10)

O olho é o símbolo com o qual *Veja* representa-se normalmente em suas propagandas, pela conformação desse símbolo ao nome da revista, que diz respeito ao imperativo do verbo ‘ver’¹²⁷.

¹²⁷ A edição de *Veja*, número 22, 03 de junho de 1998, apresenta-nos uma propaganda da própria instituição cuja ilustração sintetiza esse lugar de *porta-voz*. Sobreposta à representação da bandeira do Brasil, encontra-se a imagem de um olho, conforme o círculo central da bandeira, na cor azul, representando uma pupila. Homologamente, o *slogan* que acompanha essa imagem é: *Veja. Os olhos do Brasil*, seguido da designação *Indispensável*. (cf. análise em CURCINO FERREIRA, 2003, p. 43-49). Num trabalho com diferentes modalidades de linguagem que remetem ao nome da revista *Veja*, uma metáfora visual correntemente empregada pela revista é o olho, que sinaliza tanto para a inacessibilidade direta da verdade pelo leitor, quanto para seu correlato necessário que é a necessidade de *Veja* revelá-la.



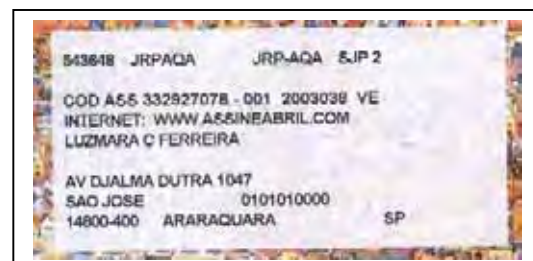
A mídia em geral atribui-se o lugar de observatório pelo qual se pode ver aquilo que não seria possível do lugar ocupado pelo leitor/telespectador. Focalizando esse lugar enunciativo privilegiado, Piovezani Filho (2003) trata da *politização da mídia*. Essa expressão é empregada pelo autor a partir da observação da adoção de funções políticas pela mídia com o objetivo de assegurar uma legitimidade enunciativa que se assente na defesa do interesse público, uma vez que,

a revista, inserida no fenômeno de “politização” da mídia, pressupondo uma legitimidade já constituída, inscreve-se num lugar de enunciação próprio daquele que fala para e em nome dos outros (do povo) que, por seu turno, no campo político, não podem falar por si mesmos. Desse modo, *Veja* apresenta-se como um porta-voz, que, com efeito, não é a reprodução da fala do “povo”, mas seu simulacro, pelo fato mesmo de que a existência do porta-voz atesta a impossibilidade de que o povo fale, pois se assim acontecesse, a função de falar em seu nome estaria elidida.

(PIOVEZANI FILHO, 2003, p. 59)

Esse fenômeno caracteriza-se por uma espécie de visão dicotômica da mídia e da revista *Veja* em particular, visão segundo a qual há uma divisão entre o aparente e o essencial, cabendo à mídia, dado o seu lugar exclusivo de acesso à verdade, vê-la e divulgá-la. O enunciado do subtítulo *Três décadas e meia de história do Brasil e do mundo contada a VEJA por quem a fez* e a ilustração da capa concorrem para o reforço desse papel de *porta-voz* desempenhado por *Veja*, que é a quem cabe ver e ouvir o que a maioria não pode, o que só do lugar de *Veja* poderia ser visto, ouvido e dito.

Nessa capa da revista *Veja*, além da autodenominação, da ambigüidade do enunciado verbal e da imagem que a ilustra, pretendemos assinalar o emprego de uma técnica que visa ao efeito que nomeamos de **personalização**. Ela diz respeito à inscrição dos dados cadastrais do leitor-assinante, ou seja, seu nome completo, endereço e código de assinante junto à Editora, sobre a capa da revista. Essa inscrição foi realizada não de modo superficial ou destacável, como aquele próprio do emprego de etiquetas. Ela foi impressa, como marca d'água, na capa de cada exemplar, conforme descreve o editorial de *Veja*: *Em uma inovação, os assinantes recebem sua revista com capa e alguns anúncios personalizados.* (Seção Carta ao leitor, p. 10).



Inovações editorial, tecnológica e logística impressionantes, sem dúvida, para atender à demanda de uma mentalidade que nos é contemporânea, mas cujas origens relativas datam pelo menos da nossa entrada na Modernidade. Numa espécie de índice material de exploração do narcisismo, a inscrição do nome de cada leitor-assinante na capa desse exemplar indica-nos, uma vez considerado o quão dispendiosas foram as etapas dessa produção, o investimento estratégico da Editora que visava aos efeitos de uma concessão de caráter pessoal à enunciação logo, de uma particularização do contato.

Esse relevante investimento técnico na produção dessa capa, relativo à transposição dos dados do leitor, de uma etiqueta para a capa de *Veja*, sinaliza-nos um acontecimento discursivo, um empreendimento simbólico importante.

Vemos que a partir de uma mudança de superfície, a saber, de uma etiqueta para uma capa, altera-se algo da economia simbólica dos enunciados. Essa mudança deve-se à transposição do texto de um suporte a outro, mudança que, por mais insignificante que possa parecer, modifica consideravelmente o estatuto simbólico do que foi enunciado.

Discursivamente, a transferência dos dados do leitor-assinante de sua forma tradicional, a etiqueta, para a superfície da capa de *Veja* mediatiza cada leitor dado que, por meio dessa estratégia, os leitores deixam seu estatuto de sujeito plural, e por isso indefinido, para tornarem-se, cada um, sujeitos exclusivos, singulares. Em uma abordagem histórico-cultural, uma técnica como essa da mudança de suporte de um texto deve ser considerada, conforme o bibliógrafo inglês Donald F. McKenzie, como significante, *não apenas [como] técnica mas [n]o processo social de sua transmissão*¹²⁸ ([1986] 1991, p. 4).

Nessa perspectiva discursiva, observamos que a transferência de superfície de inscrição intensifica o efeito de interpelação pessoal do nome próprio, superdimensionando o efeito de exclusividade já visado na técnica de produção do **efeito de individualização**. Constatamos assim uma gradação entre esses efeitos, da **individualização** para a **personalização**.

¹²⁸ “[...] not only the technical but the social processes of their transmission” (McKENZIE, [1986] 1991).

Assim como na capa desse exemplar de *Veja*, a técnica que visa ao efeito de **personalização** é empregada também na propaganda do Banco *Itaú*. Ao abrir a revista, no verso da capa e na primeira página, encontra-se uma propaganda do banco *Itaú*, na qual o nome de cada assinante está gravado no corpo do texto da propaganda, seguido do enunciado *veja por que o Itaú foi feito para você*.

**Luzmara C Ferreira,
veja por que
o Itaú foi feito para você:**



Conforme podemos observar no texto publicitário do Banco *Itaú*, o nome do leitor-assinante é incorporado ao texto do anúncio. Essa interpelação do sujeito leitor é promovida seja sob a forma visual, que atrai o olhar do leitor, seduzido pelo reconhecimento da **imagem**

gráfica de seu nome, seja sob a forma lingüística, do vocativo, que tem por função o chamamento, o apelo ao cliente potencial, sua interpelação de modo pessoal, personalizado.

As instituições midiáticas e publicitárias exploram o alcance de cada mídia para atingir seu público específico como clientes potenciais. É, portanto, em conformidade com a expectativa pressuposta a respeito do público de cada mídia que os textos são produzidos. No caso da revista impressa, o direcionamento ao leitor, ou seja, a sua inscrição modelar/modelizante organiza-se a partir da imagem que a própria mídia já instaurou de seu leitor, por meio de diversas técnicas, com vistas a vender produtos e a propor subjetividades com as quais se identificar. Cabe, então, ao produtor da peça publicitária explorar essa relação especular já estabelecida entre a revista *Veja* e o leitor (assinante)¹²⁹.

O emprego do nome do leitor, como recurso para atrair a sua atenção, visa a efeitos mais intensificados de particularização, de proximidade e de intimidade, também instaurados pelo uso do pronome “você”.

A simulação desses efeitos intenta dissimular a evidência da distância real entre o Banco *Itaú* e os interlocutores a quem a instituição bancária dirige-se. É com o intuito de garantir a confiabilidade necessária nas relações, em geral, e nas financeiras, em particular, que se cria a necessidade de simular a aproximação nessa publicidade bancária, assim como na capa de *Veja*.

Nessa peça publicitária, outros procedimentos são empregados para estabelecer esse efeito de proximidade do contato entre a instituição bancária e os leitores (clientes e clientes potenciais). A seqüência verbal, apresentada logo depois do vocativo, estabelece uma série de correspondências entre o perfil do leitor de *Veja* e o perfil dos clientes ou futuros clientes do banco *Itaú*.

¹²⁹ Sobre a exploração dessa relação entre a publicidade e a instituição midiática na qual ela circula e suas implicações para o sentido, ver a análise dessa mesma peça publicitária, em Brait (2004), p. 185-201, (site www.epsjv.fiocruz.br/revista).

*Para você que vive correndo,
o Itaú é rápido.*

*Para você que quer tempo,
o Itaú tem Bankline Internet.*

*Para você que quer praticidade,
o Itaú tem mais de 18 mil Caixas Eletrônicas.*

*Para você que quer investir,
o Itaú é o lugar certo.*

*Para você que quer realizar planos,
o Itaú tem crédito.*

*Para você que quer garantir o futuro,
o Itaú tem seguros e previdência.*

*Para você que quer viajar,
o Itaú tem Itaucard.*

*Para você que quer prestígio,
o Itaú tem 5 estrelas.*

Trata-se de um modo de interpelação que, dirigido indiscriminadamente a todos os leitores de *Veja*, deve projetar, quando da leitura dessa publicidade, um simulacro discursivo capaz de torná-la uma interpelação pessoal. Valendo-se dum imaginário acerca das práticas que caracterizam a vida na sociedade moderna, ou pós-moderna se preferirem, cujas características são a falta de tempo, a necessidade de se assegurar o futuro sobretudo numa sociedade neoliberal, a valorização do ócio planejado e a inflação egocêntrica, busca-se com essas projeções instaurar a identificação e, decorrente disso, o consumo.

Senão todos, pelo menos alguns traços desse perfil podem instituir o efeito de reconhecimento (da empresa que reconhece as necessidades de cada um de seus clientes, dos

leitores que se reconhecem como contemplados na descrição desse perfil), possibilitando o preenchimento dessa forma dêitica “você”, nove vezes empregada nessa parte da publicidade.

Outros elementos constituintes desse convite à identificação e que visam a promover o efeito de proximidade são as imagens fotográficas: a representação do suporte (papel de carta com o logotipo do *Itaú*) e a fotografia de uma pessoa, que ilustra a segunda página, à esquerda da propaganda.

A linguagem verbal empregada nessa publicidade é apresentada simulando um impresso sobre uma folha de papel branca com o logo do banco inscrito no canto inferior direito. A exploração simbólica do suporte “folha de papel” está diretamente intrincada ao gênero textual “carta”, e ambos (gênero e suporte) solidarizam-se na produção da intimidade, da exclusividade, tais como os efeitos gerados pelas cartas pessoais, bilhetes etc. Há, então, uma coexistência semiológica entre essas materialidades discursivas com vistas a obter o efeito de sentido esperado. Assim, o suporte e o gênero representados potencializam o efeito de intimidade objetivado pelo uso do nome próprio de cada assinante da revista e dos demais procedimentos empregados nessa empreitada.

Quanto à outra fotografia que ilustra essa publicidade, ela também representa a interpelação diretiva do leitor, graças ao movimento de corpo da modelo, seu gesto de indicar com o dedo o exterior da imagem, ou seja, o leitor. Uma das posições dos modelos, clássica em publicidade, é a posição de frente, com o olhar no leitor (ou no espectador), que ao simular estar *encarando o espectador ‘olhos nos olhos’*, o personagem dá-lhe a impressão de ter com ele uma relação interpessoal, insaturada entre um ‘eu’ e um ‘você’ (JOLY, [1994] 2003). Essa relação, segundo a autora, provoca um tipo de adesão do leitor, como o de desejo de diálogo.



Interdiscursivamente, já que as imagens também (se) inscrevem (em) uma memória, esse gesto, diversas vezes reapropriado em textos dos mais diversos gêneros, remete à imagem clássica empregada nos cartazes norte-americanos durante a 1ª Guerra Mundial, de propaganda de guerra para a convocação militar: o Tio Sam, vestido com as cores da bandeira, convocando cada um, pessoalmente, pelo gesto frontal do olhar, pelo gesto indicativo do dedo, direcionando o chamado. Guardados os diferentes graus de injunção próprios aos contextos históricos, aos gêneros textuais, aos suportes e, obviamente, aos públicos, não podemos negar o funcionamento de uma memória icônica, imagética que atua diversamente no gesto de apropriação dos textos, dos discursos. Segundo Courtine¹³⁰ toda imagem se inscreve numa cultura visual, a partir da qual se constitui portanto uma memória social das imagens. Além das imagens sociais há ainda, segundo o autor, as imagens produzidas pelo sujeito, que são sugeridas pela percepção de uma imagem externa, e que também constituem uma memória. São elas as imagens produzidas em sonhos, em delírios, em lembranças não muito fiéis, esburacadas seja pelo tempo, seja pelo impacto da percepção, seja pela imaginação, enfim, produzidas pela interpretação individual. O autor nomeia essa memória imagética como *intericonicidade*, que não estaria ligada apenas a um gesto de restabelecer uma memória, mas sim de restabelecê-la modificando-a, de fazê-la trabalhar a partir das orientações discursivas da atualização da imagem, que necessariamente é uma re-atualização, re-estruturação da memória imagética¹³¹.

¹³⁰ Conferência proferida no dia 28 de Outubro de 2006, no quadro do projeto “Laboratório do Discurso Político (eleitoral-presidencial)” coordenado pela Profª Vanice Sargentini, junto ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da UFSCAR.

¹³¹ Algumas considerações e notas acerca dessa noção de *intericonicidade* foram empreendidas, traduzidas e publicadas por Nilton Milanez (2006, p. 168, 169), em seu texto *O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade*. Essas notas são fruto de uma entrevista realizada por este autor, em 2005 com Jean-Jacques Courtine. Entrevista que será, em breve, traduzida e publicada na íntegra.

Se o gesto é repetido, sua volta o inscreve como novo. Nenhum traço de injunção nacionalista, de convocação militar, presente no cartaz do Tio Sam, permanece no gesto de lhe dirigir a atenção, exclusivamente, que os modelos da propaganda do Banco Itaú simbolizam. Resta, sim, uma memória da interpelação individualizante, do chamado que, embora feito a todo mundo, simula ser direcionado a cada um, individualmente.

Numa relação de **homologia discursiva** as diferentes *materialidades discursivas* são mobilizadas com vistas a instaurar a produção de um efeito. Por meio dos procedimentos mobilizados nessa publicidade, é preciso fazer crer que o atendimento do banco é personalizado e é exclusivo, apesar da impessoalização generalizada do contato com o cliente efetivo, promovida pelas novas práticas como o atendimento serializado e homogeneizado dos funcionários e, sobretudo, pelas novas tecnologias, como o *net banking*, os caixas-automáticos.

Essa propaganda compõe-se de uma segunda parte (Figura 78) cuja composição assemelha-se à primeira: o emprego do nome do leitor-cliente, emprego de seqüências verbais mais extensas, o uso de uma fotografia individual e a representação do suporte de textos. Chamamos a atenção para dois detalhes: o primeiro, para o uso da auto-denominação e auto-adjetivação, que conforme nossa descrição da capa do exemplar de *Veja*, atuam como elementos a partir dos quais se promove a identificação do leitor com o cliente potencial do banco *Itaú*; o segundo, para a fotografia que dessa vez apresenta um modelo masculino, como forma de contemplação dos dois gêneros, feminino e masculino.

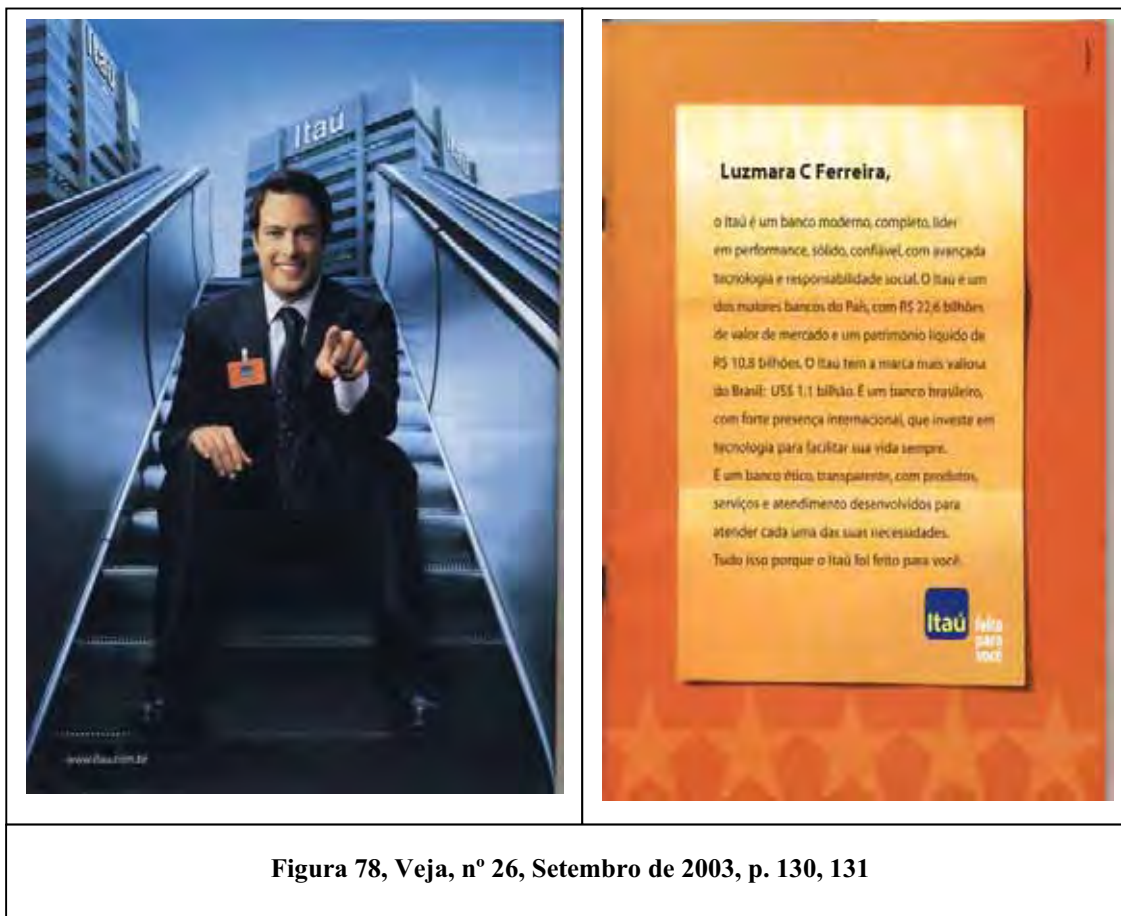


Figura 78, Veja, nº 26, Setembro de 2003, p. 130, 131

O Itaú é um banco moderno, completo, líder em performance, sólido, confiável, com avançada tecnologia e responsabilidade social. O Itaú é um dos maiores bancos do País, com R\$ 22,6 bilhões de valor de mercado e um patrimônio líquido de R\$ 10, 8 bilhões. O Itaú tem a marca mais valiosa do Brasil: US\$ 1,1 bilhão. É um banco brasileiro, com forte presença internacional, que investe em tecnologia para facilitar sua vida sempre. É um banco ético, transparente, com produtos, serviços e atendimento desenvolvidos para atender cada uma das suas necessidades. Tudo isso porque o Itaú foi feito para você.

O banco *Itaú*, assim como as propagandas em geral, vêm enfatizando, em seus textos publicitários, o tratamento diferenciado e personalizado que dispensam a seus clientes. Essa insistência em um mesmo valor (personalização do atendimento) promove esse valor

na sociedade, ou seja, estabelece-se a necessidade desse valor, que será explorado sob diversas figurações na mídia, com vistas a propô-lo ao leitor/espectador-consumidor.

Uma dessas figurações diz respeito a esse **efeito de personalização** da publicidade do banco, que atua como uma prática metonímica da postura do Banco Itaú em relação aos seus clientes. Para atestar isso, o texto publicitário apresenta-se como “uma prova” de que o banco “foi feito para você”.



Essa evidenciação e reiteração da técnica de inscrição do nome reforçam a dificuldade dessa empreitada, o que valoriza ainda mais o seu feito e promove, de certo modo, uma ação sobre o outro, levando o leitor ao reconhecimento do trabalho dispendido nas páginas da revista *Veja* e na publicidade do Banco *Itaú*. Como lembrou Brait (2004), estabelece-se discursivamente uma memória desse enunciado “uma prova de como o Itaú foi feito para você” que remete ao discurso amoroso, ou seja, à declaração de amor que dá prova de si.

Assim, e como mais um recurso de estabelecimento de uma homologia de traços que possam apontar para o efeito esperado, apresentam-se, nos exemplares a seguir desse que acabamos de analisar, os testemunhos que atestam a eficácia dessa técnica de interpelação pelo nome. As edições de número 27 e 28 de 2003 de *Veja* publicam algumas manifestações de leitores, na seção “Cartas”, em que a grande maioria delas faz referência ao procedimento técnico de estampar o nome do assinante na capa da revista. São publicados ainda alguns comentários das agências de publicidade envolvidas na produção da propaganda do Itaú, na seção “Carta aos leitores”¹³².

1. “Sendo assinante da revista há mais de trinta anos, sinto-me lisonjeada com o exemplar personalizado. Recebam meus agradecimentos, Veja e Itaú. Todos nós temos razão: Veja é indispensável.”

(Maria de Lourdes Seabra, BH)¹³³

¹³² Reforçamos aqui a importância atribuída pelos editores da revista ao emprego dessa técnica de tornar exclusivos os exemplares e a publicidade, pelo simples fato de que, normalmente, as mensagens e comentários dos leitores acerca dos textos de um exemplar são publicados na seção “Cartas” do exemplar seguinte, no entanto, em relação a esse exemplar sob análise, foram publicadas várias manifestações elogiosas nas três edições subseqüentes, seja em função do volume de comentários recebidos, seja porque era importante divulgar esse volumoso conjunto e, com isso, estender o efeito causado pelo emprego dessa técnica e supostamente fazer história.

¹³³ *Veja*. Número 28, ano 36, exemplar 1823, 08 de Outubro de 2003, São Paulo: Editora Abril, p. 31.

2. “Obrigada por terem colocado o meu nome na contracapa de *Veja*. Confesso que há muito tempo eu não sentia uma emoção tão grande quanto a que senti ao ver a revista.”

(Cleiber de Sales)¹³⁴

3. “Cada leitor se sentiu valorizado.”

(Cristiana Magalhães Teixeira Brant,
Superintendente de comunicação e marketing do Banco Itaú)¹³⁵

4. “Nunca vi nada parecido. Recebemos muitos telefonemas de gente emocionada por ver seu nome impresso nos anúncios. As pessoas se sentiram valorizadas pelo banco e pela revista.”

(Márcio Santoro,
Sócio-diretor de atendimento da África,
Agência responsável pela criação e veiculação dos anúncios do Itaú.)

¹³⁶

Essas manifestações dão mostra da potencialidade dessa técnica, uma vez que, segundo Brait (2004), tanto a capa quanto o anúncio do Banco Itaú,

atinge[m] o leitor no que esse leitor imagina ter de mais particular e, ao mesmo tempo, toca e alimenta sua vaidade. [Pois se vale d'] O que ele é, enquanto nome, e [de] uma das coisas que ele gostaria de ter: o nome estampado numa importante revista.

(BRAIT, 2004)

As caracterizações eufóricas atribuídas à *Veja* e ao banco *Itaú* pelos clientes que se sentiram lisonjeados e emocionados por figurarem na capa de uma revista de prestígio, como

¹³⁴ *Veja*. Número 28, ano 36, exemplar 1823, 08 de Outubro de 2003, São Paulo: Editora Abril, p. 31.

¹³⁵ *Veja*. Número 27, ano 36, exemplar 1822, 01 de Outubro de 2003, São Paulo: Editora Abril, p. 9.

¹³⁶ *Veja*. Número 27, ano 36, exemplar 1822, 01 de Outubro de 2003, São Paulo: Editora Abril, p. 9.

também no anúncio do *Itaú*, e pelos funcionários ligados ao banco e à agência que produziu o texto publicitário, apresentam-se como um procedimento de extensão, de eco, dos efeitos produzidos pelo emprego dessa técnica. Uma prova-testemunho auto-referente da eficiência da técnica.

Sublinhamos também a diferença simbólica que deriva das superfícies em que circulam o nome do leitor, num mesmo objeto cultural: ora na capa da revista, ora na página no interior da revista. Esses “lugares”, não apenas da ordem do gênero textual, mas da ordem simbólica relativa à economia específica dos espaços de um objeto como a revista, também se diferenciam quanto aos efeitos produzidos: ter o nome inscrito na capa de *Veja* (revista *Veja*) e ter o nome inscrito numa propaganda no interior do exemplar de *Veja*. No primeiro caso, trata-se da inscrição do nome no lugar mais visível e prestigiado de uma revista. No segundo caso, o nome do leitor figura ainda na revista, mas em seu interior e num tipo de texto que não é necessariamente produzido pela revista, mas por agências de marketing. Nesse último, o interesse comercial, *stricto sensu*, é mais evidente, no caso da revista, mesmo não perdendo de vista sua motivação comercial, esta dividiria a cena com outros interesses mais considerados mais nobres. Assim, apesar de terem um fim comercial em comum (venda do produto revista *Veja*, venda dos serviços Banco *Itaú*), os regimes de interpretação diferem-se no que diz respeito, de um lado, ao objeto revista que, como um todo, representa a revista *Veja*; de outro, ao gênero propaganda, pelo qual o Banco *Itaú* é apresentado. Acreditamos que os efeitos produzidos são diferentes, entre essas duas instâncias de inscrição do nome do leitor, garantindo, portanto, regimes de apropriação diferentes em conformidade com a atribuição diferenciada de valores às superfícies nas quais circulam o nome, e da imbricação dessas superfícies/suportes com os gêneros que conformam os textos.

Observamos que essa técnica, que visa ao **efeito de personalização**, vale-se do nome próprio em sua totalidade. Diante da utilização do nome civil a obtenção desses efeitos de

proximidade e intimidade poderia ter sido superdimensionada, mediante o uso do primeiro nome somente. O emprego do primeiro nome indica-nos um outro efeito, que denominamos aqui de **singularização**.

Recentemente, algumas agências de publicidade utilizam de arquivos de dados das empresas para enviar anúncios, sob a forma de cartas e de folhetos promocionais, que são endereçados referindo-se ao cliente pelo primeiro nome. Essa técnica nos apresenta a importância do investimento técnico-simbólico na escrita de textos publicitários, cada vez mais sofisticados e por isso mais eficientes.

Numa era de prazer e de expressão de si, é preciso menos repetição cansativa e estereótipos, mais fantasia e originalidade. A publicidade soube adaptar-se muito depressa a essas transformações culturais, conseguiu construir uma comunicação afinada com os gostos de autonomia, de personalidade, de qualidade de vida, eliminando as formas pesadas, monótonas, infantilizantes da comunicação de massa.

(LIPOVETSKY, 1989, p. 190)

O efeito de intimidade, em conformidade com *os gostos de autonomia, de personalidade* do leitor, é ativado e acentuado em relação às técnicas que visam os efeitos de **individualização** e de **personalização**¹³⁷.

¹³⁷ Ver como exemplo a carta-publicidade, enviada aos potenciais clientes da Revista VEJA, apresentada no site da ANER – Associação Nacional dos Editores de Revista, no workshop *A internet como ferramenta de assinaturas*, tópico *Marketing direto como ferramenta de captação de novas assinaturas*, sub-tópico *Ferramentas captação e retenção*, http://www.aner.org.br/downloads/workshops/MktDireto_Captacao.pdf. (Acesso em 10 de Junho de 2005).



Figura 80

[tacao.pdf](#). Acesso em 10/06/ 2005.

O emprego do primeiro nome caracteriza-se como uma das maneiras mais informais e pessoais de se dirigir ao interlocutor, sendo, pois, utilizada em textos publicitários com o mesmo objetivo das técnicas anteriores, mas produzindo efeito gradativamente mais intenso se comparado àqueles produzidos em decorrência das outras técnicas apresentadas.

Histórico-culturalmente o nome próprio, que nos é atribuído por outra pessoa, fundamenta nossa personalidade, nos identifica. É ele que intermedia os espaços pessoal e social. Seus usos sociais, constituídos culturalmente, podem variar segundo o país, a região, a comunidade. No Brasil, por exemplo, no tratamento interpessoal é geralmente empregado o

primeiro nome e não o nome de família¹³⁸. Nas relações entre instituições e indivíduos, o modo de interpelar pode variar, conforme os interlocutores, mas no caso das instituições midiáticas, sobretudo em gêneros publicitários, a interpelação se faz pelo pronome de tratamento “você”.

Eventuais mudanças nessas formas de interpelação, como na passagem do “você” para o nome completo, ou deste para o primeiro nome, despertam sem dúvida a atenção daquele que ouve ou lê seu próprio nome. Mesmo diante de nomes extensivamente empregados numa comunidade, sendo estes quase impotentes para nos diferenciar, o primeiro nome, todavia, aparece como uma exposição essencial da pessoa e portanto de sua identidade.¹³⁹ (ZONABEND, 1980,p. 15).

Essa relação identificatória entre o sujeito e seu nome é vastamente atestada pelos modos como diferentes comunidades a estabeleciam e ainda a estabelecem, como nos exemplifica Zonabend (1980) com as práticas de interdição de pronunciar o nome de mortos com medo de suscitar sua volta, a crença de que a atribuição do nome da criança, antes mesmo de seu nascimento, lhe garantiria semelhança com outros que portavam o mesmo nome, ou a crença de que uma criança com má sorte, ou se fosse mal-comportada, precisaria ser rebatizada, enganando com isso as forças do mal que a perseguissem, ou ainda, as práticas de mudança de nome quando se inicia uma nova fase da vida, por exemplo, em eventos iniciáticos, para entrada na vida artística, o militante para entrar em clandestinidade, etc.

O nome, em função de compreender um modo de inscrição no social e uma marca de identificação subjetiva, símbolo de uma identidade, torna-se um signo importante no conjunto de elementos que constituem os textos da mídia, com vistas à subjetivação do homem moderno.

¹³⁸ Em situações extremamente formais do universo acadêmico, por exemplo, ocorre designar os sujeitos por seu nome de autor, logo, por seu sobrenome.

¹³⁹ “le prénom apparaît néanmoins comme une exposante essentielle de la personne, et donc de son identité” (ZONABEND, 1980,p. 15)

Na análise desenvolvida destacamos o aspecto simbólico implicado nessa prática não-convencional de escrita do nome do leitor num objeto cultural que prima, dada as especificidades de sua **formulação e circulação**, pela apropriação coletiva, ao qual não se dedica o mesmo valor afetivo, como em relação a alguns livros, dos quais marcamos a posse inscrevendo nosso nome no frontispício. Para isso, sublinhamos a acentuação gradual na busca pela obtenção dos efeitos de sentido de intimidade, exclusividade e aproximação, ao desenvolvermos teórico-metodologicamente as técnicas de escrita empregadas e seus respectivos efeitos de **individualização**, no emprego do pronome “você”, de **personalização**, no emprego do nome completo, e de **singularização**, no emprego do primeiro nome.

Enfim, a inscrição do nome do leitor no texto fornece-nos subsídios para pensar a importância da simulação do tratamento personalizado nas relações de confiança na contemporaneidade. No caso específico das revistas, se a segmentação é o índice mais empregado e reconhecido dessa tendência à subjetivação, o emprego do nome representa o índice mais sofisticado.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apoiados na teoria da Análise do Discurso e em princípios da História Cultural, procuramos identificar, ao longo de nossa análise dos textos da revista impressa *Veja*, algumas regularidades no emprego das técnicas de escrita desses textos. Tentamos isolar e analisar essas técnicas, visto que as concebemos como potenciais índices de representações de práticas de leitura contemporâneas.

Após termos delineado um breve trajeto que atravessou grandes vertentes ocidentais da interpretação e da leitura, do século XVI aos dias atuais, ao fim do qual se apresentaram as condições para que pudéssemos situar nossa própria prática de leitura especializada, mas, evidentemente, não des-subjetivada ou imparcial, seguimos por entre as tantas e tão produtivas vias abertas por Michel Pêcheux, Michel Foucault, Roger Chartier e Jean-Jacques Courtine sobre a noção de *materialidade discursiva*. Nosso propósito inicial, ao focalizar mais detidamente o alcance e as eventuais limitações dessa noção, foi o de refletir sobre a **constituição**, mas, principalmente, sobre a **formulação** e a **circulação** dos discursos. A partir dessas nossas reflexões, propomos uma ampliação do escopo do conceito de materialidade discursiva, de modo que nos fosse possível depreender e tentar compreender algumas representações de práticas de leitura inscritas nessa materialidade. Postulamos, em suma, que as materialidades discursivas não se restringem às formas lingüístico-históricas; de fato, sua configuração, principalmente nos textos produzidos e veiculados pela mídia impressa, envolve freqüentemente a utilização de dois sistemas semióticos, o verbal e o imagético, os gêneros discursivos, que possibilitam e regulam a distribuição da formulação desses textos, e os suportes nos quais os textos ganham materialidade empírica, simbólica e histórica. Essa

reformulação-ampliação do alcance da noção de materialidade discursiva foi fundamental para que pudéssemos empreender nossas análises.

Visando compreender as formas de materialização dos discursos nas quais se inscreviam algumas representações do leitor contemporâneo, percebemos, ao longo de nosso trabalho, que não perscrutávamos somente representações de um leitor e de suas práticas, pretensamente encerradas no interior de uma sua comunidade de leitura, mas que, com efeito, nos confrontávamos com práticas e representações dos sujeitos contemporâneos.

Tendo em vista a indissolubilidade da produção discursiva, reiteramos as relações intrínsecas e indissociáveis entre as três instâncias que a compõem. Desse modo, ainda que tenhamos privilegiado a **formulação** e a **circulação** discursivas, não perdemos de vista a estrita dependência dessas duas últimas em relação à **constituição**; aliás, talvez fosse interessante, uma vez mais, reiterar a real interdependência entre essas instâncias do discurso: não existe discurso sem memória e sem filiações históricas, mas tampouco existe discurso sem uma formulação simbólica e sem uma manifestação material que possibilite sua circulação e apropriação. As representações discursivas do leitor apreendidas, sobretudo, por meio das análises que incidiram sobre a formulação e a circulação, remeteram-nos inevitavelmente aos processos histórico-ideológicos de **constituição** dos discursos: o olhar apressado que percorre a página é tocado insidiosamente e insistentemente pela aceleração dos ritmos de vida das democracias capitalistas.

Na era da “modernidade líquida”, segundo a metáfora empregada por Bauman ([2000] 2001) e repensada por Courtine (2006b), no âmbito discursivo, vigora a *ideologia do apagamento da ideologia*, na qual se tenta impor efêmeros e contínuos consumos. Seguindo a lógica e os dispositivos do mercado, *o cidadão se apaga sob o consumidor*.

Em nossa análise, observamos certas práticas de produção discursiva – no interior das quais estão pressupostas e se inscrevem as representações das práticas de leitura,

materializadas em um objeto cultural contemporâneo cada vez mais ‘fluido’ e promotor de ‘fluidez’, cada vez mais ‘móvel’ e promotor de ‘mobilidade’ – que instauram e pressupõem velocidade e fugacidade na apropriação dos discursos. Sob a forma de um convite à celeridade, essas práticas constroem representações de leitores e de sujeitos contemporâneos, com o intuito de orientar suas ações consumidoras: quanto mais rápido for o consumo, maior e mais eficiente será o consumismo. A revista impressa, produzida e eventualmente consumida nessa lógica de mercado de bens simbólicos e materiais, configura-se como um objeto descartável, fato que se manifesta tanto na própria materialidade de sua forma quanto na obsolescência das informações que veicula: notícias e opiniões com curta data de validade. Mas não nos enganemos com essa sua suposta fragilidade; de fato, na medida em que a edição desta semana se torna obsoleta, desde o momento em que a sua leitura foi feita, esperamos pela da próxima semana: o ciclo, assim como o tempo, não pára. E se a expectativa for tamanha de modo que não possamos mais suportá-la, é possível recorrer ao “radar on-line” no “veja.com”, site no qual as notícias são diariamente atualizadas. Não se tratando de um caso isolado no universo dos objetos culturais contemporâneos, a revista *Veja* inscreve-se nessa ordem líquida das discursividades contemporâneas.

A liquefação do discurso e das representações discursivas do leitor podem ser observadas na liquidez das próprias formas materiais em que se inscrevem essas representações. Para tentar compreender esse processo, desenvolvemos, em nossa análise, a articulação entre as instâncias do texto, do gênero e do suporte, em sua homologia semiológica, com vistas a descrever as representações do leitor:

- na instância do texto: o uso de frases simples e parágrafos curtos (cf. item 3.1.1, com as técnicas de destaque do *lide* e de enumeração); a técnica de repetição de formulações e de imagens (cf. item 3.3);

- na estrutura do gênero textual: as estratégias de imagnetização do texto editorial, responsável pela aceleração da leitura, e de informatividade das publicidades, responsável pelo retardamento da leitura (cf. item 3.1.2, a respeito da imagem da tipografia, da infografia e da fotografia e item 3.2, a respeito das mudanças na escrita da publicidade); os empréstimos, sobretudo, entre as *construções composicionais* do texto de origem editorial para o texto de origem publicitária (cf. item 3.2.2, nos informes publicitários e nas publireportagens);
- no gênero tipográfico e no suporte: diferentes segmentos textuais apresentados conjuntamente; informações datadas e representação dessa imediatez e dessa descartabilidade na própria materialidade do suporte revista impressa.

Nossas análises baseadas na homologia dessas instâncias, podem ser retomadas aqui a título de exemplo, no item 3.3, quando tratamos dos regimes de memória instaurados nos textos de *Veja*. Vimos, nas estratégias de escrita que se valiam da repetição, uma representação de prática de leitura fundamentada em uma sugestão do esquecimento, em um consumo permanente, mas superficial dos textos, em uma reciclagem ideológica de temas e de figuras, com vistas à construção de uma memória liquefeita.

No item 3.1.3, apoiados nas considerações de Courtine & Haroche ([1988] 1994) e Belting ([2001] 2004) acerca do crescimento do individualismo, ao longo da história, a partir da análise das representações (nos tratados de fisionomia, nos monumentos reais, nos quadros ou nas fotografias) do rosto e do corpo, analisamos a técnica de escrita relativa à ampliação das fotografias e o close de rosto das personalidades políticas. Essa técnica, de exploração dos lapsos gestuais e expressivos desses atores políticos, paradoxalmente evidencia sua dissimulação, na medida em que supostamente delega ao leitor o estatuto de verdadeiro e único intérprete. Se, no panorama histórico apresentado pelos autores acima

mencionados temos o quadro do aumento da individualização, nas técnicas de escrita de *Veja*, temos materializada a representação do individualismo: desde a preferência dada a fotografias de indivíduos isolados, passando pelo acesso ao interior das personalidades, por meio da ampliação de seus olhos e poros, até o direcionamento individualizado, personalizado, singularizado dos modos de interpelação, conforme a análise apresentada no item 3.4.

Na história de longa duração das práticas de leitura, podemos identificar, entre os séculos VII e IX, os primeiros registros de uma leitura silenciosa e visual, e sua difusão extensiva, a partir do século XII, considerando um indício material, a saber, a introdução da separação das palavras nos textos. Essa técnica viabilizou a prática de uma leitura visual, em detrimento da oralizada, que predominava até então. Ainda hoje existem práticas específicas de leitura que se valem da oralização (como as leituras dramáticas de textos literários e a apresentação dos jornais televisivos, com o auxílio do *teleprompt*).

A leitura da imagem, no entanto, parece ser mais veloz que as decodificações dos textos verbais, mesmo quando essa leitura dispensa a oralização, e conta apenas com movimentos, com golpes de olhar sobre a página. Assim como a inserção dos espaços em branco no texto outrora propiciaram a aceleração da leitura, o processo atual de imagetização dos textos intensifica essa velocidade.

Com o processo de imagetização dos textos, abordado no item 3.1.2, promovido pelas estratégias de escrita que incluem cada vez mais as imagens nos textos editoriais, o leitor é exposto à decodificação de poucos fragmentos verbais do texto. Substituída pelo olhar passageiro e breve, sobre o texto tornado imagem, estabelece-se um outro ritmo na apreensão da textualidade. As fotografias, cada vez maiores e em maior quantidade nas páginas da revista, sem dúvida, causam impacto pela precisão nos detalhes e pela exploração dos movimentos, dispensando o olhar de um esquadrinhamento lento e rigoroso da superfície de inscrição dos textos.

Algumas mudanças nas estratégias de escrita da revista foram estabelecidas em função da emergência de novos modos de formulação e circulação dos discursos. Essas mudanças relacionam-se, por um lado, ao desenvolvimento tecnológico das técnicas de impressão, que permitiram uma maior qualidade gráfica de textos, que possibilitaram a inserção significativa de imagens, e até mesmo a inclusão do nome do leitor na capa e no interior dos textos, em uma de suas edições; e, por outro, ao desenvolvimento dos demais objetos culturais que lhe são contemporâneos. É significativa a influência que o surgimento da TV, a partir da década de 50, exerce sobre a revista impressa. Se a revista, desde sua criação, explora o emprego de imagens, sobretudo a fotográfica, com a disseminação da TV, há o desenvolvimento de algumas técnicas de apreensão e manipulação das imagens fixas que visam a produzir um ‘efeito tela’. Se a TV encurta distâncias, promove a proximidade do olhar¹⁴⁰ e oferece imagens em movimento, a revista impressa, por seu turno, em função dessa influência, utiliza o close e a reprodução sequencial de imagens fotográficas, com o intuito de produzir um efeito de movimento, conforme apresentamos no capítulo 3, nos itens 3.1.2 e 3.1.3.

Da década de 70 aos dias atuais, o computador pessoal e o acesso à internet entram em cena. Se as revistas se valeram do fotojornalismo para despertar interesse em um leitor muito acostumado pela TV às imagens e muito habituado à multimodalidade característica dos textos e do meio de circulação televisivo, com o computador, estabelece-se a possibilidade de promover, além dos efeitos gerados pela capacidade audiovisual da televisão, a produção e recepção de textos num mesmo suporte, em conjunto com uma certa onipresença da linguagem verbal escrita. O computador concentra, então, em um mesmo suporte várias técnicas de outras mídias, daí sua designação como multimídia, bem como viabiliza a rapidez e, até mesmo, a instantaneidade na divulgação das informações. Os limites da multimodalidade, em suportes de texto impresso, como a revista, se evidenciam justamente na tentativa de sua dissimulação.

¹⁴⁰ Referimo-nos aqui ao que Courtine ([1990] 2003), ao tratar das mudanças no discurso político, quando da passagem do palanque para a tela da TV, designa, em relação a este último, como distância próxima, em contraposição à proximidade distante da fala política feita no palanque.

Tratam-se, aqui, de índices que apontam, paradoxalmente, para uma certa fragilidade e ao mesmo tempo para uma certa resistência da revista, diante da progressão das mudanças tecnológicas e das necessidades que são criadas por essas mudanças. As metamorfoses nas técnicas de escrita parecem sugerir, portanto, tanto a fragilidade desse meio, talvez condenado a desaparecer, diante de sua circulação digital, quanto sua capacidade de resistência, manifesta nas adaptações aos novos meios e aos novos leitores.

Em função dessa ‘concorrência’ com meios que parecem proporcionar mais adequadamente práticas desenvolvidas em nossa sociedade do consumo, as previsões do desaparecimento da revista, em sua forma impressa, fundamentam-se em um processo de apagamento de seu suporte tradicional. Esse processo atinge, antes, o suporte que o gênero tipográfico, revista de informação semanal, ou que a instituição midiática, no caso, a revista *Veja*, na medida em que essa última preserva sua existência no meio eletrônico. É o suporte impresso (seja pela desterritorialização e ubiquidade da circulação on-line, seja pelos discursos acerca da necessária economia do papel e preservação da natureza), que supostamente encontra-se fadado a desaparecer.

No entanto, o caráter funcional dessa forma impressa, a praticidade desse objeto e seu aspecto portátil, que dispensa leituras profundas, sequenciais, para um leitor que lê à caminho do trabalho, no ônibus, no metrô, no avião, que lê andando, de pé, que lê enquanto come, talvez sejam um empecilho para seu desaparecimento.

Ao considerarmos as instâncias da **constituição**, da **formulação** e da **circulação** na produção dos discursos, buscamos, em vários momentos de nossa análise, refletir sobre as propriedades materiais relativas a esse objeto cultural, a revista impressa, e sobre os aspectos simbólicos implicados nas formas materiais, com vistas a evidenciar, nas materialidades dos textos, dos gêneros e do suporte, a projeção de um perfil das práticas de leitura que nos são contemporâneas. Nesse exercício a idéia força, que constitui essas instâncias da produção dos

discursos nas regularidades das técnicas de escrita que elegemos como índices para a apreensão das práticas de leitura a elas relacionadas, baseia-se na volatilidade e na agilização da recepção, correlata à necessidade de se ler ávida, mas superficialmente, sempre novos e diversos textos. Desvencilhada do tempo da reflexão pela descartabilidade das informações, dos objetos, pela volúpia do consumo permanente, a prática de leitura inscrita em *Veja*, exemplifica metonimicamente a ordem discursiva da sociedade de consumo.

Apesar desse cenário, onde as representações do leitor parecem fadadas a inscrevê-lo nesse movimento permanente e alucinante de consumo, não podemos ignorar as possibilidades e as obrigações abertas por uma sociedade democrática. Nesse sentido, talvez fosse interessante reiterarmos, uma vez mais, à esteira de Pêcheux, que nossas leituras e interpretações envolvem ética e responsabilidade, resumem, enfim, nossa maneira de fazer política.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A BÍBLIA SAGRADA – Velho e Novo testamento –. Ed. revista e corrigida, trad. João Ferreria de Almeida, Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 1969.

ABREU, Márcia. (org.). *Leitura, História e História da Leitura*. Campinas: Mercado de Letras/ALB, 1999.

ANER- Associação Nacional dos Editores de Revista. *A internet como ferramenta de assinaturas*. Site http://www.aner.org.br/downloads/workshops/MktDireto_Captacao.pdf. Acesso em 10/06/ 2005.

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas: Papirus, 1993.

BAKTHIN, Michail. [1952-1953]. Os gêneros do discurso. In: *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, (p. 277-326), 2000.

BARBIER, Frédéric. *Histoire du livre*. Paris: HER/Armand Colin, 2000.

BARBOSA, Marialva. O Cruzeiro: uma revista síntese de uma época da história da imprensa brasileira. In: *Ciberlegenda*, nº 7, 2002, (site consultado no dia 23 de Setembro de 2006 <http://www.uff.br/mestcii/marial6.htm>)

BARTHES, Roland. [1980]. *A câmara clara – nota sobre a fotografia*. 8ª imp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

BARTHES, Roland. [1968]. A morte do autor. In: *O rumor da língua*. Lisboa: Edições 70, (p. 49-53), 1987.

BARTHES, Roland. [1962]. A mensagem fotográfica. In: COSTA LIMA, Luiz. *Teoria da Cultura de Massa*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, (p. 303-316), 1990.

- BARTHES, Roland. [1963]. Le message publicitaire. *In: BARTHES, Roland. Œuvres complètes - Tome I – 1942-1965*. Org. e apresentação Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, (p. 1143-1146), 1993a.
- BARTHES, Roland. [1963]. Rhétorique de l'image. *In: BARTHES, Roland. Œuvres complètes - Tome I – 1942-1965*. Org. e apresentação Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, (p. 1417-1429), 1993b.
- BARTHES, Roland. [1963]. La Civilisation de l'image. *In: BARTHES, Roland. Œuvres complètes - Tome I – 1942-1965*. Org. e apresentação Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, (p. 1410-1411), 1993c.
- BARTHES, Roland. [1968]. L'esprit de la lettre. *In: BARTHES, Roland. Œuvres complètes - Tome II – 1966-1973*. Org. e apresentação Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, (p. 863-865), 1994a.
- BARTHES, Roland. [1968]. Société, imagination, publicité. *In: BARTHES, Roland. Œuvres complètes - Tome II – 1966-1973*. Org. e apresentação Éric Marty. Paris: Éditions du Seuil, (p. 507-517), 1994b.
- BARTHES, Roland. [1973]. *O prazer do texto*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.
- BARTHES, Roland. [1964]. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Cultrix, 2003(a).
- BARTHES, Roland. [1957]. Fotogenia eleitoral. *In: BARTHES, Roland. Mitologias*, Rio de Janeiro: DIFEL, (p. 162-165), 2003(b).
- BARTHES, Roland; COMPAGNON, Antoine. [1979]. Leitura. *In: Enciclopédia Einaudi*. vol. 11, Edição Portuguesa, Portugal: Imprensa Nacional/Casa da Moeda, (p. 184-206), 1984.
- BARZOTTO, Valdir Heitor. *Leitura de Revistas Periódicas: forma, texto e discurso – um estudo sobre a revista Realidade (1966-1976)*. (Tese de Doutorado). IEL/UNICAMP, Campinas, 1998.

- BARZOTTO, Valdir Heitor. (org.) *Estado de Leitura*. Campinas: Mercado de Letras/ALB, 1999.
- BARZOTTO, Valdir Heitor. Limites na leitura: o texto e seu suporte. In: GREGOLIN, M. R., CRUVINEL, M. F., KHALIL, M. G. (orgs.). *Análise do Discurso: entornos do sentido*. Araraquara: Laboratório Editorial/Cultura Acadêmica, (p. 243-248), 2001a.
- BARZOTTO, Valdir Heitor. Olhares Oblíquos sobre sentidos não muito dissimulados. In: GREGOLIN, Maria do Rosário. e BARONAS, Roberto. (orgs.). *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos/São Paulo: Claraluz, (p. 145-154), 2001b.
- BARZOTTO, V. H. “Um projeto de formação de leitores nas páginas de revistas periódicas”. In: *Revista da ANPOLL*, n. 18, 2005, p. 217-239.
- BAUMAN, Zygmunt. [2000] *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BRAIT, Beth. Linguagem e Identidade: um constante trabalho de estilo. In: *Trabalho, Educação e Saúde*, vol. 2, número 1, março de 2004, (p. 185-201), Disponível no site www.epsjv.fiocruz.br/revista. Acesso em 05/07/2005.
- BELTING, Hans. [2001]. *Pour une anthropologie des images*. Paris: Gallimard, 2004.
- BENJAMIM, Walter. [1936]. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: COSTA LIMA, Luiz. *Teoria da Cultura de Massa*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, (p. 209-240), 1990.
- BENVENISTE, Émile. [1966]. *Problemas de lingüística geral I*. Campinas/São Paulo: Pontes, 1995.
- BENVENISTE, Émile. [1969]. Semiologia da língua. In: *Problemas de Lingüística Geral II*. Campinas: Pontes, (p. 43-67), 1989.
- BERGERAC, Cyrano de. *Viagem aos Impérios do Sol e da Lua*. Trad. de José Maria Machado. São Paulo: Clube do Livro, 1955.

- BONNAFOUS, Simone. Sobre o bom uso da derrisão em J. M. Le Pen. In: GREGOLIN, M. R. (org.). *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, (35-48), 2003.
- BOURDIEU, Pierre. *Esquisse d'une théorie de la pratique*. Genève: Droz, 1972.
- BOURDIEU, Pierre. *Le sens pratique*. Paris: Ed. Minuit, 1980.
- BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas lingüísticas: o que falar quer dizer*. São Paulo: Editora da USP, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. [1989]. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BRAIT, Beth. Linguagem e Identidade: um constante trabalho de estilo. *Revista Trabalho, Educação e Saúde*, vol. 2, número 1, março de 2004, p. 185-201, site www.epsjv.fiocruz.br/revista (Acesso em 22/03/2004).
- CARVALHAL, Tânia. *Literatura Comparada*. São Paulo: Editora Ática, 1998.
- CERTEAU, Michel De. [1980]. *A invenção do cotidiano: artes do fazer*. 5ª ed., Trad. Ephraim Ferreira Alves, Petrópolis/Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- CERTEAU, Michel De. [1975]. *A escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.
- CHARAUDEAU, Patrick. MAINGUENEAU, Dominique. [2003]. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- CHARLES, Michael. *Rhétorique de la lecture*. Paris: Seuil, 1977.
- CHARON, Jean-Marie. *La presse magazine*. Paris: La Découverte, 1999.
- CHARTIER, Roger. [1982-1988]. *A história Cultural – entre práticas e representações*. Trad. Maria Manuela Galhardo. Lisboa: Editora Difel, 1990a.
- CHARTIER, Roger. *Les origines culturelles de la Révolution française*. Paris: Le Seuil, 1990b.
- CHARTIER, Roger. Préface: Textes, Formes, Interprétations. In: McKENZIE, Donald F. *La bibliographie et la sociologie des textes*. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie, 1991.

- CHARTIER, Roger. Médiologie, sociologie des textes et histoire du livre. *In: Revista Le Débat – histoire politique société*, nº 85, Paris: Gallimard, (p. 16-21), maio-outubro de 1995.
- CHARTIER, Roger. [1985]. *Práticas da Leitura*. Trad. Cristiane Nascimento. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- CHARTIER, Roger. [1994]. *A ordem dos livros – leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Trad. Mary Del Priori. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1998.
- CHARTIER, Roger. [1997]. *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo: Editora da UNESP, 1999a.
- CHARTIER, Roger. Leitura e leitores ‘populares’ da renascença ao período clássico. *In: CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. (orgs.) [1997]. História da Leitura no Mundo Ocidental 2*. Trad. São Paulo: Editora Ática, (p. 117-129), 1999b.
- CHARTIER, Roger. [1992]. Textos, impressão, leituras. *In: HUNT, Lynn. A nova história Cultural*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CHARTIER, Roger. [1998]. *À beira da falésia*. Trad. Patrícia Chittoni Ramos. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2002a.
- CHARTIER, Roger. [2000]. Morte ou transfiguração do leitor. *In: Os desafios da escrita*. Trad. Fulvia Moretto. São Paulo: Editora da UNESP, (p. 101-123), 2002b.
- CHARTIER, Roger. *Formas e Sentido – Cultura Escrita: entre distinção e apropriação*. Trad. Maria de Lourdes Meirelles Matencio. Campinas: Mercado de Letras / ALB, 2003.
- CHARTIER, Roger. [1987]. *Leituras e leitores na França do Antigo Regime*. Trad. Álvaro Lorencini. São Paulo: Editora da UNESP, 2004.
- CHARTIER, Roger. "De l'écrit sur l'écran.". 23 mai 2005. Disponível no site <http://www.imageson.org/document591.html>. Acesso em 20/10/2005a

- CHARTIER, Roger. [2006]. *Inscriver e apagar. Cultura escrita e literatura (séculos XI-XVIII)*. Trad. Luzmara Curcino Ferreira. São Paulo: Editora da UNESP, 2007.
- CHARTIER, Roger; MARTIN, Henry. [orgs.]. *Histoire de l'édition française. Les temps des éditeurs. Du romantisme à la belle époque*, tomo III, Paris, Promodi/Centre National des Lettres, 1985
- CHRISTIN, Anne-Marie. *L'image écrite – ou la déraison graphique*. Paris: Flammarion, 1995.
- COLLINI, Stephan. Introdução: interpretação terminável e interminável. In: ECO, Umberto. [1992]. *Interpretação e Superinterpretação*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CONAR – CONSELHO NACIONAL DE AUTO-REGULAMENTAÇÃO PUBLICITÁRIA . Disponível no site <http://www.conar.org.br/> . Acesso em 08/10/2006.
- CORRÊA, Thomaz Souto. Entrevista concedida ao Observatório da Imprensa, no dia 04/11/2003, disponível no site <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/iq041120032.htm>. Acesso em 23/09/2006.
- CORTINA, Arnaldo. *O príncipe de Maquiavel e seus leitores: uma investigação sobre o processo de leitura*. SP: Editora UNESP, 2000.
- COSTA LIMA, Luiz. Introdução. In: Adorno [et al]. *Teoria da Cultura de massa*. Introd. Comentários e seleção de Luiz Costa Lima, 4ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, (p. 13-68), 1990.
- COURTINE, Jean-Jacques. Analyse du discours politique: le discours communiste adressé aux chrétiens). *Langages* 62, Juin 1981, Préface de Michel Pêcheux, Paris: Larousse, 1981.
- COURTINE, Jean-Jacques. Définition d'orientations théoriques et construction de procédures en analyse du discours. *Philosophiques*, vol. IX, N° 2, Octobre, (p. 239-264), 1982.
- COURTINE, Jean-Jacques. *Corps et discours: elements d'histoire des pratiques langagières et expressives*. (Présentation de Dossier de Thèse d'Etat sur Travaux) Université de Paris X-Nanterres, Janvier, 1989.

- COURTINE, Jean-Jacques. Le Discours introuvable: marxisme et linguistique (1965-1985). In: *Langage 13 / II*, (p. 151-171), 1991.
- COURTINE, Jean-Jacques; HAROCHE, Claudine [1988]. *Histoire du visage. Exprimer et taire ses émotions (XVIe-début XIXe siècle)*. Paris: Éditions Payot & Rivages, 1994.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1992]. O chapéu de Clémentis. In: INDURSKY, Freda; LEANDRO FERREIRA Maria Cristina (orgs.). *Os Múltiplos territórios da Análise do Discurso*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzato, (p. 15-22), 1999a.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1991]. O discurso inatingível: marxismo e lingüística (1965-1985). *Cadernos de Tradução*, Instituto de Letras da UFRGS, nº 6, Junho de 1999b.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1990]. A política como espetáculo. In: GREGOLIN, Maria do Rosário V. (org.). *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, (p. 21-34), 2003.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1992]. Uma genealogia da Análise do Discurso. In: PIOVEZANI FILHO, C.; MILANEZ, N. (orgs.). *Metamorfoses do Discurso Político – Derivas da fala pública*. São Carlos: Claraluz, (p. 37-57), 2006a.
- COURTINE, Jean-Jacques. *Discursos sólidos, discursos líquidos: a mutação das discursividades contemporâneas*. Trad. Carlos Piovezani Filho (mimeo, texto apresentado no I CIAD, Out/2006), 2006b.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1982]. O professor e o militante. In: PIOVEZANI FILHO, C.; MILANEZ, N. (orgs.). *Metamorfoses do Discurso Político – Derivas da fala pública*. São Carlos: Claraluz, (p. 9-28), 2006c.
- COURTINE, Jean-Jacques. [1987]. Linguagem, discurso político e ideologia. In: PIOVEZANI FILHO, C.; MILANEZ, N. (orgs.). *Metamorfoses do Discurso Político – Derivas da fala pública*. São Carlos: Claraluz, (p. 59-86), 2006d.

CURCINO FERREIRA, Luzmara. *Prática de leitura: os limites e as possibilidades instauradas pela materialidade do suporte de textos revista*. (Dissertação de Mestrado), FCLAR – UNESP, (p. 148), Araraquara, 2003.

CURCINO FERREIRA, Luzmara. Da (im)possibilidade de se aprender ou ensinar a leitura: sob análise o suporte de textos revista. In: FERNANDES, C. A; SANTOS, J.B.C. (orgs.) *Análise do Discurso: Unidade e Dispersão*. Uberlândia: EntreMeios, (p. 183-196), 2004.

D’ALEMBERT. [1751]. Discours préliminaire. In: DIDEROT; D’ALEMBERT. *Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers (1772)*. Paris: Garnier-Flammarion, 2 volumes, 1986.

DAVALLON, Jean. [1983]. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre. et al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999.

DEBRAY, Régis. [1991]. *Curso de Midiologia Geral*. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1993.

DEBRAY, Régis. Dématérialisation et désacralisation: le livre comme objet symbolique. In: *Le Débat – histoire politique société*, nº 86, Paris: Gallimard, (p. 22-30), setembro-outubro de 1995.

DERRIDA, Jacques. [1967]. *A escritura e a diferença*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.

DICIONÁRIO PUBLICITÁRIO ON-LINE. Disponível no site <http://d2dbr.free.fr/dicionariopublicitario/i.htm>. Acesso em 15/04/2005.

DOSSE, François. [1991]. *História do Estruturalismo. vol. I: o campo do signo, de 1945 a 1966*. São Paulo: Ensaio; Campinas: Editora da UNICAMP, 1993.

ECO, Umberto. [1979]. *Lector in fabula*. São Paulo: Perspectiva, 1986.

ECO, Umberto. [1967]. O Cogito interruptus. In: *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, (p. 289-308), 1994.

ECO, Umberto. [1990]. *Os limites da interpretação*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

EDITORA ABRIL. Disponível no site

http://veja.abril.com.br/idade/saladeaula/o_que_e.html. Acesso em 13/10/2005.

EISENSTEIN, Elizabeth. *A revolução da cultura impressa*. São Paulo: Editora Ática, 1998.

FERNANDES, Cleudemar Alves. *Análise do discurso: reflexões introdutórias*. Goiás, Trilhas Urbanas, 2005.

FONTANILLE, Jacques. Du support matériel au support formel. In: ARABYAN, Marc.; KLOCK-FONTANILLE, Isabelle. (orgs.). *L'écriture entre support et surface*. Paris: L'Harmattan, (p. 183-200), 2005.

FOUCAULT, Michel. [1966]. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FOUCAULT, Michel. [1982]. O sujeito e o poder. In: DREYFUS, H. e RABINOW, P. *Michel Foucault. Uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, (p. 231-249), 1995.

FOUCAULT, Michel. Subjetividade e verdade. [1980-1981]. In: *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, (p.107-115), 1997a.

FOUCAULT, Michel. A hermenêutica do Sujeito. [1981-1982]. In: *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, (p.117-134), 1997b.

FOUCAULT, Michel. [1970] *A ordem do discurso – Aula inaugural no College de France, pronunciada em 2 de Dezembro de 1970*. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FOUCAULT, Michel. [1969]. *Arqueologia do Saber*. 6^a ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

FOUCAULT, Michel. [1969]. O que é um autor?. In: MOTTA, M. B. (org.). *Michel Foucault - Estética: Literatura e pintura, Música e Cinema*. Coleção Ditos e Escritos III. Trad. Inês Autran Dourado. Rio de Janeiro: Forense Universitária, (p. 264-298), 2001.

GADET, Françoise; PÊCHEUX, Michel. *La langue introuvable*. Paris: Maspero, 1981.

- GASKELL, Ivan. História das imagens. *In: BURKE, Peter (org.). A escrita da História – Novas perspectivas.* São Paulo: Editora da UNESP, (p. 237-271), 1992.
- GIDDENS, Antony. [1990]. *As consequências da modernidade.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- GINZBURG, Carlo. [1976]. *O queijo e os vermes.* São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GINZBURG, Carlo. [1986]. *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história.* São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- GOODY, Jack. [1977]. *La raison graphique: la domestication de la pensée sauvage.* Trad. do inglês de Jean Bazin e Alban Bensa. Paris: Les Editions de Minuit, 1979.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Caras e Você S.A: escultura da imagem e visibilidade social. *In: BARZOTTO, V. H. e GHILARDI, M. I.. Mídia, Educação e Leitura.* São Paulo: Anhembi Morumbi/ ALB, (p. 121-137), 1999.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Onde o autor é leitor todos os caminhos se bifurcam. *In: GREGOLIN, Maria do Rosário [et al]. (orgs.) Análise do Discurso: entornos do sentido.* Araraquara/SP: UNESP/FCL/Laboratório Editorial; São Paulo: Cultura Acadêmica, (p. 63-72), 2001a.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Sentido, sujeito e memória: com que sonha nossa vã autoria?. *In: GREGOLIN, Maria do Rosário; BARONAS, Roberto. (orgs.). Análise do discurso: as materialidades do sentido.* São Carlos/São Paulo: Claraluz, (p. 47-60), 2001b.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo. *In: GREGOLIN, Maria do Rosário. (org.). Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo.* São Carlos/São Paulo: Claraluz, (p. 95-110), 2003a.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. Análise do Discurso: lugar de enfrentamentos teóricos. *In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. (orgs.). Teorias Lingüísticas: problemáticas contemporâneas,* Uberlândia: EDUFU, (p. 21-34), 2003b.

- GREGOLIN, Maria do Rosário. *Foucault e Pêcheux na Análise do discurso – Diálogos & Duelos*. São Carlos: Claraluz, 2004.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. AD: descrever-interpretar acontecimentos cuja materialidade funde linguagem e história. In: NAVARRO, P. (org.). *Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos*. São Carlos: Claraluz, (p. 19-34), 2006.
- GUATTARI, Félix; ROLNIK, Suely. [1986]. Subjetividade e História. In: *Micropolítica: Cartografias do Desejo*. Petrópolis: Editora Vozes, (p. 25-126), 1993.
- GUIMARÃES, Luciano. *A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2000.
- HAROCHE, Claudine; HENRY, Paul; PÊCHEUX, Michel. [1971]. A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso. Trad. Carlos Piovezani Filho (mimeo), “La sémantique et la coupure saussurienne: langue, langage, discours”, *Langages* 24, Paris: Larousse, (p. 93-106), 1971.
- HIGOUNET, Charles. [1955]. *História Concisa da Escrita*. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.
- HUGO, Victor. *Notre-Dame de Paris*. Paris: Éditions Gallimard, Coleção Bibliothèque de la Pléiade, 1975.
- ISER, Wolfgang. A Interação do texto com o leitor. In: LIMA, L. C. *A Literatura e o leitor*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- JAUSS, Hans Robert. A Estética da recepção: colocações gerais. In: LIMA, L. C. *A Literatura e o leitor*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979.
- JAUSS, Hans Robert. O leitor demanda (d)a literatura. In: LIMA, L. C. *A Literatura e o leitor*. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1979.

JAUSS, Hans Robert. [1970]. Littérature médiévale et théorie des genres. In: GENNETTE, Gérard.; TODOROV, Tzvetan. (orgs.). *Théorie des genres*. Paris: Éditions du Seil, 1986.

JAKOBSON, Roman. [1960]. Lingüística e Teoria da Comunicação. In: *Lingüística e Comunicação*. 19ª ed. São Paulo: Cultrix, p. 73-86, 2003.

JOLY, Martine. [1994]. *Introdução à análise da imagem*. 6ª ed. Campinas/São Paulo, Papirus, 2003.

JOUE, Vincent. [1993]. *A leitura*. Trad. Brigitte Hervot. São Paulo: Editora UNESP, 2002.

KHALIL, Marisa Martins Gama. *Por uma arqueologia do leitor: Perspectiva de estudo da constituição do leitor na narrativa literária*, (Tese de doutorado) UNESP/Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Araraquara, 2001.

KLOCK-FONTANILLE. L'écriture entre support et surface: l'exemple des sceaux et des tablettes hittites. In: ARABYAN, Marc.; KLOCK-FONTANILLE, Isabelle. (orgs.). *L'écriture entre support et surface*. Paris: L'Harmattan, (p. 29-52), 2005.

LABARRE, Albert. Les incunables: la présentation du livre. In: CHARTIER, Roger; MARTIN, Henry-Jean. *Histoire de l'édition française – Le livre conquérant: Du Moyen Age au milieu du XVIIe siècle*. Paris: Fayard, (p. 228-255), 1989.

LAUFER, Roger. L'espace visuel du livre ancien. In: *Revue Française d'Histoire du livre*. Ano 46, número 16, Bordeaux: La Société des Bibliophiles de Guyenne, Julho/Agosto/Setembro de 1977.

LIPOVETSKY, Gilles. [1987]. *O Império do Efêmero – a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MAINGUENEAU, Dominique. [1987]. *Novas Tendências em Análise do Discurso*. 3ª ed. Campinas: Editora da Unicamp/Pontes, 1997.

- MAINGUENEAU, Dominique. [1998]. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.
- MALDIDIER, Denise. Elementos para a história da análise do discurso na França. In: ORLANDI, E. *Gestos de Leitura: da história no discurso*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.
- MALDIDIER, Denise. [1990]. *A inquietação do discurso – (re)ler Michel Pêcheux hoje*. Trad. Eni Orlandi, Campinas: Pontes, 2003.
- MANGUEL, Albert. *Uma história da leitura*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. A questão do suporte dos gêneros textuais. *DLCV: Língua, lingüística e literatura – Revista do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da Universidade Federal da Paraíba*. Vol. I, nº 1, João Pessoa: Idéia Editora, (p. 9-40), 2003.
- MARIN, Louis. Ler um quadro. Uma carta de Poussin em 1639. In: CHARTIER, Roger. *Práticas da Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, (p. 117-140), 1996.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista. Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Editora da USP/Fapesp/Imprensa Oficial do Estado, 2001.
- McKENZIE, Donald, F. [1986]. *La bibliographie et la sociologie des textes*. Paris: Éditions du Cercle de la Librairie, 1991.
- McLUHAN, Marshall. [1964]. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 2002.
- MILANEZ, Nilton. *O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade*. In: NAVARRO, P. (org.). *Estudos do Texto e do Discurso: Mapeando conceitos e métodos*. São Carlos: Claraluz, (p. 243-257), 2006.

- NAVARRO BARBOSA, Pedro Luis. O papel da imagem e da memória na escrita jornalística da história do tempo presente. In: GREGOLIN, M.R.V. (org.). *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos: Claraluz, (p. 111-124), 2003a.
- NAVARRO BARBOSA, Pedro Luis. Efeitos de Real na operação Historiográfica da mídia impressa brasileira sobre o V Centenário do Brasil. In: FERNANDES, C. A.; SANTOS, J. B. C. (orgs.). *Teorias Lingüísticas: problemáticas contemporâneas*, Uberlândia: EDUFU, (p. 79-90), 2003b.
- NAVARRO BARBOSA, Pedro Luis. *Navegar foi preciso? O discurso do jornalismo impresso sobre os 500 anos do Brasil*. (Tese de doutorado). UNESP/Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, Araraquara, 2004.
- NEGRI, Antonio.; HARDT, Michael. [2000]. Produção Biopolítica. In: *Império*. 2ª edição, Rio de Janeiro: Record, (p. 41-60), 2001.
- OLSON, David R. [1994]. *O mundo no papel – As implicações conceituais e cognitivas da leitura e da escrita*. São Paulo: Editora Ática, 1997.
- ORLANDI, Eni. P. [1983]. *A linguagem e seu funcionamento*. Campinas/SP: Pontes, 1987.
- ORLANDI, Eni. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.
- ORLANDI, Eni. P. *Efeitos do verbal sobre o não-verbal*. In: RUA-Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da UNICAMP/NUCREDI, nº 1, Campinas, (p. 35-47), Março/1995.
- ORLANDI, Eni. P. [1996] *Interpretação – autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 2ª edição, Petrópolis: Vozes, 1998.
- ORLANDI, Eni. P. [1999]. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2000a.

- ORLANDI, Eni. P. [1988]. *Discurso e Leitura*. 5ª ed., São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da UNICAMP, 2000b.
- ORLANDI, Eni. P. O inteligível, o interpretável e o compreensível. In: ZILBERMAN, R.; SILVA, E. T. *Leitura – perspectivas interdisciplinares*. São Paulo: Editora Ática, 2001a.
- ORLANDI, Eni. P. *Discurso e Texto: Formulação e Circulação dos Sentidos*. Campinas: Pontes, 2001b.
- ORLANDI, Eni. P. *Cidade dos sentidos*. Campinas: Pontes, 2004.
- ORLANDI, Eni. P. À flor da pele: indivíduo e sociedade. In: *A escrita e os escritos: reflexões em análise do discurso e psicanálise*. São Carlos: Claraluz, (p. 21-30), 2006.
- ORY, Pascal. *L’histoire culturelle*. 5ª ed., Paris: PUF, Collection “Que-sais-je?”, 2004.
- PASTOUREAU, Michel. L’illustration du livre: comprendre ou rêver? In: CHARTIER, R.; MARTIN, H-J. *Histoire de l’édition française: Le livre conquérant – du Moyen Age au milieu du XVII siècle*. Paris: Fayard, Cercle de la Librairie, 1989.
- PÊCHEUX, Michel. “Ouverture du colloque”. In: CONEIN, Bernard. [et al]. *Materialités Discursives*. Lille: Presses universitaires de Lille, 1981.
- PÊCHEUX, Michel. [1982]. *Delimitações, Inversões, Deslocamentos*. In: ORLANDI, E. P. e GERALDI, J. W. (Org.) *Cadernos de estudos lingüísticos*. Campinas/IEL-UNICAMP, jul./dez., (p. 25-42), 1990a.
- PÊCHEUX, Michel. [1983]. Análise do discurso: três épocas. In: GADET, Françoise; Tony Hak (orgs.). *Por uma Análise automática do discurso - Uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1990b.
- PÊCHEUX, Michel. [1981]. Lecture et mémoire: Projet de Recherche. In: MALDIDIER. D. *L’Inquiétude du discours*. Paris: Éditions des Cendres, 1990c.

- PÊCHEUX, Michel. [1969]. *Análise automática do Discurso*. In: GADET, F & HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas/São Paulo: Editora da UNICAMP, (p. 61-161), 1990d.
- PÊCHEUX, Michel. [1975]. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas/SP: Editora da UNICAMP, 1995.
- PÊCHEUX, Michel. [1983]. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. 2ª ed. Campinas / São Paulo: Pontes, 1997a.
- PÊCHEUX, Michel. [1981]. Ler o arquivo hoje. In: ORLANDI, Eni P. [org.]. *Gestos de Leitura: da história do discurso*. 2ª ed. Campinas/São Paulo: Pontes, (p. 55-66), 1997b.
- PÊCHEUX, Michel. [1983]. Papel da memória. In: ACHARD, Pierre. [et al]. *Papel da memória*. Campinas / São Paulo: Pontes, (p. 49-57), 1999a.
- PÊCHEUX, Michel. [1984]. *Sobre os contextos epistemológicos da análise de discurso*. In: ORLANDI, E. Escritos, nº 04. Campinas/SP: Labeurb/Nudecri, 1999b.
- PÊCHEUX, M.; LÉON, J.; BONNAFOUS, S.; MARANDIN, J-M. [1982]. Apresentação da *Análise Automática do Discurso* (1982). In: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). *Por uma análise automática do discurso – uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. *História & História Cultural*. 2ª ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- PETRUCCI, Armando. *Pouvoir de l'écriture, pouvoir sur l'écriture dans la renaissance italienne*. In: ANNALES – Économies, Sociétés, Civilisations, 43ª, nº 4, (p. 823-847), Julho-Agosto de 1988.
- PIOVEZANI FILHO, Carlos. Política midiaticizada e mídia politizada: fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, M. R. V. (Org.) *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos/SP: Claraluz, (p. 49-64), 2003.

- PIOVEZANI FILHO, Carlos. Por uma ‘lingüística da substância’: sentidos da voz e sujeitos do som. Comunicação oral apresentada no 54º. *Seminário do GEL*, Araraquara, 2006a.
- PIOVEZANI FILHO, Carlos. Análise do Discurso Político: Novos objetos, Novas perspectivas. In: NAVARRO, P. (org.). *Estudos do Texto e do Discurso: Mapeando conceitos e métodos*. São Carlos: Claraluz, (p. 243-257), 2006b.
- PLATÃO. Fedro. In: *Diálogos*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1966.
- POSSENTI, Sírio. Sobre as noções de sentido e de efeito de sentido. In: POSSENTI, S.; CHACON, L. (orgs.). *Cadernos da FFC: Análise do Discurso*. Marília/São Paulo, n.2, v. 6, (p. 1-11), 1997.
- POSSENTI, Sírio. Sobre a leitura: o que diz a Análise do Discurso? In: MARINHO, Marildes (org.). *Ler e navegar: Espaços e percursos da leitura*. Campinas: Mercado de Letras-ALB, 2001.
- POSSENTI, Sírio. *Os limites do discurso: ensaios sobre discurso e sujeito*. Curitiba: Criar Edições, 2004.
- RICHAUDEAU, F. “Méthode complète des lectures rapides” In: “*Le manuel d’écriture: critères de lisibilité de la presse*” disponível no site <http://www.cybertribes.com/lisibilite.html> (consulta realizada 17/10/2005)
- RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François (dir.). Introduction. In: *Histoire Culturelle de la France*, tomo I, Paris: Le Seuil, 1997.
- SARGENTINI, V. O. “Vozes anarquistas: gênese do trabalhismo brasileiro”. In: GREGOLIN, M. R. V. (org.) *Filigranas do discurso: as vozes da história*. Araraquara, FCL/UNESP/Laboratório Editorial; São Paulo, Cultura Acadêmica, 2000, p. 213-229.

- SARGENTINI, V. O. "Discurso e história: a construção de identidade do trabalhador brasileiro". In: GREGOLIN, M. R. V. et al. (orgs.) *Análise do Discurso: entornos do sentido*. Araraquara, FCL/UNESP/Laboratório Editorial; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2001, p. 249-261.
- SARGENTINI, V. O. "A teatralidade na geração de empregos". In: GREGOLIN, M. R. (Org.) *Discurso e mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos, 2003, p. 125-134.
- SARGENTINI, V. O. e NAVARRO-BARBOSA, P. (Orgs.) *Foucault e os domínios da linguagem*. São Carlos, Claraluz, 2004.
- SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Lingüística Geral*. São Paulo: Cultrix, 2000.
- SCALZO, MARília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2003.
- SERRES, Michel. [1993]. *A Lenda dos anjos*. São Paulo: Editora Aleph, 1995.
- TEIXEIRA, Ivan. *New Criticism*. In: Revista CULT, nº 14, ano II, , São Paulo: Lemos Editorial, (p. 34-37) Setembro de 1998.
- TEIXEIRA, Ivan. *New Historicism*. In: Revista CULT, nº 17, ano II, , São Paulo: Lemos Editorial, (p. 32-35) Dezembro de 1998.
- TODOROV, Tzvetan. L'origine des genres. In: TODOROV, T. *Les Genres du Discours*. Paris: Éditions du Seil, p. 44-60, 1978.
- TOUBERT, Hélène. Formes et fonctions de l'enluminure. In: CHARTIER, Roger; MARTIN, Henry-Jean. *Histoire de l'édition française – Le livre conquérant: Du Moyen Age au milieu du XVIIe siècle*. Paris: Fayard, (p. 109-146), 1989.
- TUFANO, Douglas. Introdução. In: ALENCAR, José de. *Lucíola*. Rio de Janeiro: Editora Moderna, 1993.
- VANDENDORPE, Christian. *Du papyrus à l'hypertexte: essai sur les mutations du texte et de la lecture*. Paris: Éditions la Découverte, 1999.

ZILBERMAN, Regina. *Estética da Recepção e História da Literatura*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

ZILBERMAN, Regina. *Fim do livro, fim dos leitores?*. São Paulo: Editora SENAC/SP, 2001.

ZONABEND, Françoise. *Le nom de personne*. In: L'homme – Revue Française d'anthropologie. XX, Octobre-Décembre, (p. 7-23), 1980.

6. REVISTAS ANALISADAS

CLÁUDIA. Nº 5, ano 45, São Paulo: Editora Abril, Maio de 2006.

UMA. Nº 70, ano 7, São Paulo: Editora Símbolo, Julho de 2006.

VEJA. Nº 1, ano 1, São Paulo: Editora Abril, 11 de Setembro de 1968.

VEJA. Nº 2, ano 1, São Paulo: Editora Abril, 18 de Setembro de 1968.

VEJA. Nº 3, ano 1, São Paulo: Editora Abril, 25 de Setembro de 1968.

VEJA. Nº 6, ano 1, São Paulo: Editora Abril, 16 de Outubro de 1968.

VEJA. Nº 8, ano 1, São Paulo: Editora Abril, 30 de Outubro de 1968.

VEJA. Nº 17, ano 29, edição 1441, São Paulo: Editora Abril, 24 de Abril de 1996.

VEJA. Nº 3, ano 30, edição 1479, São Paulo: Editora Abril, 22 de Janeiro de 1997.

VEJA. Nº 16, ano 30, edição 1492, São Paulo: Editora Abril, 23 de Abril de 1997.

VEJA. Nº 17, ano 33, edição 1646, São Paulo: Editora Abril, 26 de Abril de 2000.

VEJA. Nº 19, ano 33, edição 1648, São Paulo: Editora Abril, 10 de Maio de 2000.

VEJA. Nº 7, ano 34, edição 1688, São Paulo: Editora Abril, 21 de Fevereiro de 2001.

VEJA. Nº 24, ano 34, edição 1705, São Paulo: Editora Abril, 20 de Junho de 2001.

VEJA. Nº 10, ano 35, edição 1742, São Paulo: Editora Abril, 13 de Março de 2002.

VEJA. Nº 13, ano 35, edição 1745, São Paulo: Editora Abril, 3 de Abril de 2002.

VEJA. Nº 24, ano 35, edição 1756, São Paulo: Editora Abril, 19 de Junho de 2002.

VEJA. Nº 31, ano 35, edição 1763, São Paulo: Editora Abril, 7 de Agosto de 2002.

VEJA. Nº 8, ano 36, edição 1791, São Paulo: Editora Abril, 26 de Fevereiro de 2003.

VEJA. Nº 24, ano 36, edição 1807, São Paulo: Editora Abril, 18 de Junho de 2003.

VEJA. Edição Especial. Nº 24, ano 36, edição 1813, São Paulo: Editora Abril, Agosto de 2003.

VEJA. Edição Especial. Nº 25, ano 36, edição 1816, São Paulo: Editora Abril, Agosto de 2003.

VEJA. Edição Especial, *Comemorativa de Aniversário – Especial 35 anos*. Nº 26, ano 36, edição 1821, São Paulo: Editora Abril, Setembro de 2003.

VEJA. Nº 27, ano 36, edição 1822, São Paulo: Editora Abril, 01 de Outubro de 2003.

VEJA. Nº 28, ano 36, edição 1823, São Paulo: Editora Abril, 08 de Outubro de 2003.

VEJA. Nº 41 ano 36, edição 1824, São Paulo: Editora Abril, 15 de Outubro de 2003.

VEJA. Nº 48, ano 36, edição 1831, São Paulo: Editora Abril, 3 de Dezembro de 2003.

VEJA. Edição Especial. Nº 29, ano 36, edição 1834, São Paulo: Editora Abril, Dezembro de 2003.

VEJA. Nº 5, ano 37, edição 1839, São Paulo: Editora Abril, 4 de Fevereiro de 2004.

VEJA. Nº 20, ano 37, edição 1854, São Paulo: Editora Abril, 19 de Maio de 2004.

VEJA. Nº 21, ano 37, edição 1855, São Paulo: Editora Abril, 26 de Maio de 2004.

VEJA. Nº 35, ano 37, edição 1869, São Paulo: Editora Abril, 1 de Setembro de 2004.

VEJA. Nº 13, ano 38, edição 1898, São Paulo: Editora Abril, 30 de Março de 2005.

VEJA. Nº 14, ano 38, edição 1899, São Paulo: Editora Abril, 6 de Abril de 2005.

VEJA. Nº 18, ano 38, edição 1902. São Paulo: Editora Abril, 3 de Maio de 2005.

VEJA. Nº 29, ano 38, edição 1914, São Paulo: Editora Abril, 20 de Julho de 2005.

VEJA. Nº 30, ano 38, edição 1915, São Paulo: Editora Abril, 27 de Julho de 2005.

VEJA. Nº 31, ano 38, edição 1916, São Paulo: Editora Abril, 3 de Agosto de 2005.

VEJA. Nº 32, ano 38, edição 1917, São Paulo: Editora Abril, 10 de Agosto de 2005.

VEJA. Nº 34, ano 38, edição 1919, São Paulo: Editora Abril, 24 de Agosto de 2005.

VEJA. Nº 35, ano 38, edição 1920, São Paulo: Editora Abril, 31 de Agosto de 2005.

VEJA. Nº 36, ano 38, edição 1921, São Paulo: Editora Abril, 7 de Setembro de 2005.

VEJA. Nº 38, ano 38, edição 1923, São Paulo: Editora Abril, 21 de Setembro de 2005.

VEJA. Nº 10, ano 39, edição 1947, São Paulo: Editora Abril, 15 de Março de 2006.

VEJA. Nº 15, ano 39, edição 1952, São Paulo: Editora Abril, 19 de Abril de 2006.

VEJA. Nº 17, ano 39, edição 1954, São Paulo: Editora Abril, 3 de Maio de 2006.

VEJA. Nº 18, ano 39, edição 1955, São Paulo: Editora Abril, 10 de Maio de 2006.

VEJA. Nº 19, ano 39, edição 1956, São Paulo: Editora Abril, 17 de Maio de 2006.

VEJA. Nº 24, ano 39, edição 1961, São Paulo: Editora Abril, 21 de Junho de 2006.

VEJA. Nº 26, ano 39, edição 1963, São Paulo: Editora Abril, 5 de Julho de 2006.

VEJA. Nº 31, ano 39, edição 1968, São Paulo: Editora Abril, 9 de Agosto de 2006.

VEJA. Nº 32, ano 39, edição 1969, São Paulo: Editora Abril, 16 de Agosto de 2006.

VEJA. Nº 34, ano 39, edição 1971, São Paulo: Editora Abril, 30 de Agosto de 2006.

VEJA. Nº 35, ano 39, edição 1972, São Paulo: Editora Abril, 6 de Setembro de 2006.

VEJA. Nº 36, ano 39, edição 1973, São Paulo: Editora Abril, 13 de Setembro de 2006.

VEJA. Nº 37, ano 39, edição 1974, São Paulo: Editora Abril, 20 de Setembro de 2006.

VEJA. Nº 38, ano 39, edição 1975, São Paulo: Editora Abril, 27 de Setembro de 2006.

VEJA. Nº 40, ano 39, edição 1977, São Paulo: Editora Abril, 11 de Outubro de 2006.

VEJA. Nº 43, ano 39, edição 1980, São Paulo: Editora Abril, 1 de Novembro de 2006.