

**DISCURSO, PODER E LETRAMENTO CRÍTICO PARA A MÍDIA**  
***DISCOURSE, POWER AND CRITICAL LITERACY FOR THE MEDIA***

Ivandilson Costa  
Doutor em Letras/Linguística  
Universidade do Estado do Rio Grande do Norte  
(ivandilsoncosta@uern.br)

**RESUMO:** Este trabalho visa a um exame de elementos vinculados a textos jornalísticos, com o fim principal de construir reflexões para o esboço de um letramento crítico da mídia (FAIRCLOUGH, 1995; STREET, 2014). Como teoria de base, tomamos os princípios operacionais da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 1995; 2001 [1992]; 2003; 2006; CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999; RAMALHO; RESENDE, 2011), além de outros aportes transversais, como as teorias de multimodalidade discursiva (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; ALMEIDA, 2008) e do tratamento específico da mídia (THOMPSON, 1998; CHAUI, 2006; HERNANDES, 2012). Metodologicamente, a investigação se ampara em uma concepção qualitativa de caráter interpretativista e documental. A análise aponta para uma necessidade premente de se estudar, em sala de aula, como se caracteriza estrutural e funcionalmente produtos da mídia, visando levar em conta caracteres como ideologia, argumentação/persuasão, relações sociais de poder.

**Palavras-chave:** Análise Crítica do Discurso. Discurso da mídia. Letramento social. Texto jornalístico. Relações de poder.

**ABSTRACT:** This work aims at examining elements linked to journalistic texts, with the main purpose of constructing reflections for the outline of a critical media literacy (FAIRCLOUGH, 1995, STREET, 2014). As a basement theory, we take the operational principles of Critical Discourse Analysis (FAIRCLOUGH, 1995, 2001, 2003; CHOULIARAKI, FAIRCLOUGH, 1999; RAMALHO, RESENDE, 2011), as well as cross-cutting contributions such as multimodality discursive theories (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; ALMEIDA, 2008) and the specific treatment of the media (THOMPSON, 1998; CHAUI, 2006, HERNANDES, 2012). Methodologically, the research is based on a qualitative conception of interpretative and documental character. The analysis points out to an urgent need to study, in the classroom, how structural and functionally media products are characterized, aiming to take into account elements as ideology, argumentation/persuasion, social relations of power.

**Keywords:** Critical Discourse Analysis. Media discourse. Social literacy. Journalistic text. Power relations.

## **Introdução**

Para compreender a sociedade moderna atual, temos de dar um lugar central ao exame do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e seu impacto. Pelo presente trabalho, pretendemos apresentar um exame de elementos vinculados a textos jornalísticos que circulam em nosso contexto, com o fim principal de construir reflexões acerca de uma proposta de letramento crítico da mídia.

Ao se tomarem como foco os meios de produção e circulação das formas simbólicas na vida social, notamos, com o surgimento das sociedades modernas, uma profunda transformação cultural, marcada pela produção, reprodução e distribuição das formas simbólicas em larga escala, ancoradas em uma série sem precedentes de inovações tecnológicas que vão da invenção da imprensa até a codificação eletroeletrônica da informação. Destaque seja dado, nessa perspectiva, à existência de uma mudança significativa na organização social do poder simbólico, marcada, na passagem do manuscrito para a impressão, pelo conseqüente desenvolvimento das indústrias de mídia. Thompson (1998) aponta, assim, o advento de uma série de instituições de comunicação, legando significativas transformações nos processos de produção, armazenamento e circulação de formas simbólicas.

Street (2014), por seu lado, advoga em favor de uma concepção de letramento como uma prática social e ideológica, posição corroborada por Fairclough (1995) quando, ao discutir em torno de um letramento crítico para a mídia, propõe um quadro em que questiona como os textos midiáticos são produzidos e de que modo são interpretados e consumidos, bem como de que processos socioculturais mais amplos fazem parte.

Este trabalho procura, portanto, trilhar um percurso que vislumbre o exame do fenômeno midiático em nossa sociedade, traçando um ponte necessária entre este e o processo de letramento, urgente nas práticas de leitura e produção de texto em sala de aula. Para tanto, toma como base a Análise Crítica do Discurso, destacando seus conceitos operacionais básicos. Trabalhará paralelamente também com pressupostos da Gramática do Design Visual, respeitada a natureza do objeto de análise, constituído de um dispositivo multimodal, o produto da indústria da mídia, do qual destacamos um exemplar, o da capa de revista de informação, como representativo. Uma reflexão é, por conseguinte, necessária, qual seja a que procura ligar os achados aqui levantados a um conceito de letramento social, e, mais detidamente, de um letramento crítico para a mídia.

### **Teoria de base: a Análise Crítica do Discurso**

A ACD considera os conceitos de ideologia, poder e hierarquia como fundamentais para a interpretação ou explicação do texto. A ACD leva em conta, ainda, os pressupostos de que: (a) o discurso é estruturado pela dominação; (b) cada

discurso é historicamente produzido e interpretado, isto é, está situado no tempo e no espaço; (c) as estruturas de dominação são legitimadas pelas ideologias dos grupos que detêm o poder (WODAK, 2004 [2001]).

Para a ACD, o discurso é tido como uma forma de prática social, realizada por intermédio de gêneros textuais. Isto tem as seguintes implicações (FAIRCLOUGH, 2001 [1992]): (a) os indivíduos realizam ações por meio da linguagem; (b) há uma relação bidirecional entre o discurso e as estruturas sociais, na exata medida em que o discurso é simultaneamente influenciado pelas estruturas sociais e as influencia; (c) há uma preocupação com os recursos empregados na produção, distribuição e consumo dos textos, recursos sociocomunicativos, porquanto perpassados por discursos e ideologias.

Numa primeira fase dos estudos em ACD, Fairclough (1990; 2001 [1992]), ao conceber sua Teoria Social do Discurso, elaborou um modelo que considera três dimensões passíveis de serem analisadas: a do texto, a da prática discursiva e a da prática social.

Diferentes categorias analíticas se enquadram em cada uma das dimensões. Na dimensão do texto devem ser observadas as categorias de vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual, a fim de se observar a organização textual; na dimensão da prática discursiva devem ser examinadas as categorias de produção, distribuição e consumo de textos, bem como noções como contexto, força ilocucionária, coerência e intertextualidade, a fim de verificar o modo como o discurso é distribuído e consumido pela sociedade ou por grupos sociais específicos; na dimensão da prática social devem ser observadas as categorias de ideologia, sentidos, pressuposições, metáforas, hegemonia, orientações econômicas, políticas, culturais e ideológicas, a fim de se observar a manutenção ou a mudança que o discurso produziu na sociedade ou em grupos sociais particulares.

Mais recentemente, especialmente a partir dos estudos expostos em Chouliaraki e Fairclough (1999), a teoria caminhou para uma consideração mais enfática do papel crucial da prática social. Passou a ser posta em xeque a centralidade do discurso como foco dominante na análise, passando a ser visto como tão somente um dos momentos das práticas sociais. Foi nesse contexto que tomaram assento novos aportes, que se agregaram para reconstruir o arcabouço teórico da ACD: o Realismo Crítico, de Baskhar; a teoria crítica da racionalidade comunicativa, de

Habermas; a teoria da estruturação, de Giddens; o materialismo histórico-geográfico, de Harvey; o tratamento da ideologia, de Thompson.

A abordagem, assim, passa a ser tomada como relacional, não apenas concernente a discurso e texto, mas na relação do discurso com outros elementos da vida social. Assim, o discurso é tomado como um elemento da prática social que tanto constitui outros elementos como é constituído por eles, em uma relação dialética de articulação e internalização.

### O discurso da mídia

Em todas as sociedades os seres humanos se ocuparam da produção e do intercâmbio de informações e de conteúdo simbólico. Sua produção, armazenamento e circulação tem sido um aspecto central na vida social. É justamente devido ao desenvolvimento das instituições encarregadas de tal atividade ao longo dos tempos que as formas simbólicas foram produzidas em escala de expansão.

Nesse âmbito, a questão pode ser tomada a partir da triangulação entre ação, poder e comunicação, situando-se o campo da produção/consumo do conteúdo simbólico na relação das formas de poder, apondo o poder simbólico ao lado de outras formas que se entrelaçam – o poder econômico, o poder político e o poder coercitivo.

De certo modo é possível acreditar, junto com Thompson (1998), que, do ponto de vista da organização social das indústrias de mídia, esta mantém forte conexão com uma distribuição desigual de poder e de recursos, indo ao encontro do fato de que indivíduos dão sentidos diferentes aos produtos da mídia, sendo do mesmo modo diferenciada a forma como a incorporam em suas vidas.

<b>Formas de poder</b>	<b>Recursos</b>	<b>Instituições paradigmáticas</b>
Poder econômico	Materiais e financeiros	Instituições econômicas (p. ex. empresas comerciais)
Poder político	Autoridade	Instituições políticas (p. estados)
Poder coercitivo (especialmente poder militar)	Força física e armada	Instituições coercitivas (especialmente militares, mas também a polícia, instituições carcerárias, etc.)
Poder simbólico	Meios de informação e comunicação	Instituições culturais (p. ex. a Igreja, escolas e

		universidade, as indústrias da mídia, etc.)
--	--	---

**Quadro 1: Formas de poder (THOMPSON,1998)**

Refletindo acerca dos conceitos básicos, informação e comunicação, Charaudeau (2007) afirma serem as mídias um suporte organizacional que se apropria de tais noções para integrá-las em suas diversas lógicas – econômica (fazer viver uma empresa), tecnológica (estender a qualidade e a quantidade de sua difusão) e simbólica (servir à democracia cidadã). A lógica simbólica seria mais focal em relação ao que se discute aqui neste trabalho, por se tratar “da maneira pela qual os indivíduos regulam as trocas sociais, constroem as representações dos valores que subjazem as suas práticas, criando e manipulando signos e, por conseguinte, produzindo sentido” (CHARAUDEAU, 2007, p. 16).

Assim, temos a atividade simbólica como característica fundamental na vida social. Thompson (1998) usa o termo ‘poder simbólico’, emprestado de Bourdieu, para se reportar à capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas. A comunicação é, pois, tomada como um tipo de atividade social que envolve a produção, transmissão e recepção de formas simbólicas, implicando na utilização de várias sortes de recursos.

Nesse contexto, o meio técnico é caracterizado como o substrato material das formas simbólicas – o elemento material por meio do qual a informação, vale dizer, o conteúdo simbólico é fixado e transmitido. Thompson (1998), que relaciona o desenvolvimento dos meios técnicos com os mais amplos aspectos institucionais do desenvolvimento das sociedades modernas, aponta que tais meios, bem como os conteúdos simbólicos por eles armazenados, podem servir de fonte para o exercício de diferentes formas de poder.

Paralelamente, um forte atributo dos meios técnicos é aquele relacionado a seu grau de reprodução. A reprodutividade acaba se apresentando como uma fundamental característica que está na base da exploração comercial dos meios de comunicação: “as formas simbólicas podem ser ‘mercantilizadas’, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado” (THOMPSON, 1998, p. 27). É exatamente no seio da ampliação e controle desta

capacidade de reprodução que estariam os meios principais de mercantilização das formas simbólicas.

Outro aspecto não menos importante, próprio dos meios técnicos, remete ao fato de eles permitirem certo grau de distanciamento espaço-temporal: todo processo de troca simbólica tende a implicar em um distanciamento da forma simbólica de seu contexto de produção, porquanto seja afastada de seu contexto de origem, tanto no espaço quanto no tempo e reinserida em novo(s) contexto(s) que pode(m) estar situado(s) em um módulo de espaço-tempo diferenciado.

É assim que, ao alterar as condições espaço-temporais da comunicação, o uso dos meios técnicos também altera as condições de espaço e tempo sob as quais os indivíduos exercem o poder. Estes podem, dessa forma, agir à distância, intervindo e influenciando no curso dos acontecimentos mais distantes nesses dois patamares.

É sob essa condição que Thompson (1998, p. 32) busca uma definição para comunicação enquanto uma “produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico”, para o desenvolvimento da qual definição propõe cinco características basilares.

Uma primeira, relacionada aos meios técnicos, aponta para o fato de que o desenvolvimento das indústrias de mídia tem interesse agudo pela exploração comercial das inovações técnicas, o que torna possível a produção e difusão generalizada das formas simbólicas. Isto estaria diretamente relacionado a uma segunda característica que diz respeito à mercantilização das formas simbólicas, uma vez que é cabal que a comunicação de massa implique a exploração comercial das inovações técnicas.

Uma terceira característica é a que estabelece uma dissociação entre a produção das formas simbólicas e a sua recepção, o que guarda implicações importantes como a desigualdade entre os participantes do processo comunicativo, com penalidade para os receptores do intercâmbio.

Uma quarta característica diz respeito ao fato de que a comunicação de massa é extensão da disponibilidade das formas simbólicas no tempo e espaço. Assim, todas as formas simbólicas, uma vez que são intercambiadas entre indivíduos que não ocupam posições idênticas no espaço-tempo, implicam um certo grau de distanciamento. Com o desenvolvimento de instituições orientadas para a produção

em grande escala, porém, “a ampliação da disponibilidade das formas simbólicas se torna um fenômeno social cada vez mais significativo e penetrante” (THOMPSON, 1998, p. 35).

Isto leva a uma quinta característica, relacionada à circulação pública das formas simbólicas, que aponta para o paradoxo segundo o qual a comunicação de massa apesar de ficar à disposição, em princípio, a uma multiplicidade de receptores, por uma série de razões lida com produtos que circulam apenas entre um setor relativamente restrito da população.

Thompson (1998) chama a atenção ainda para o que intitulou de ‘caráter mundano da atividade receptiva’: ao inter-relacionar comunicação, apropriação e vida cotidiana, devemos levar em conta que a recepção que fazemos dos produtos da mídia se caracteriza como uma atividade de rotina, a qual muitos indivíduos já integram como parte de sua vida social. É preciso, pois, para a compreensão da atividade midiática, jogar luz sobre os aspectos rotineiros e práticos da atividade receptiva, porquanto seja parte integrante das atividades constitutivas da vida diária.

Paralelamente, a recepção da mídia pode ser concebida como uma atividade. Thompson pontua ser o processo de recepção dos produtos de mídia um processo mais ativo e criativo que o mito do receptor passivo poderia supor: “no processo de recepção, os indivíduos usam as formas simbólicas para suas próprias finalidades, em maneiras extremamente variadas” (THOMPSON, 1998, p. 42).

Por outro lado, a atividade de recepção da mídia pode vir ser tomada como uma atividade situada, uma vez que os produtos de mídia são recebidos por indivíduos que estão sempre postados em contextos sócio-históricos específicos. Estes contextos são caracterizados por relações sociais de poder relativamente estabilizadas e por um acesso diferenciado aos recursos simbólicos distribuídos.

É possível ainda tomar a recepção de produtos de mídia como uma realização especializada, uma vez que depende de habilidade e competências adquiridas que os indivíduos apresentam no processo de recepção. O componente social é decisivo quanto a esse aspecto, podendo tais atributos variar consideravelmente de acordo com diferenças de grupos, formação, classes, período histórico.

Podemos, por fim, considerar a atividade de recepção de mídia como um processo hermenêutico, já que indivíduos que recebem produtos de mídia são imbuídos de um processo de interpretação, a partir do qual tais produtos adquirem

sentido. O indivíduo que recebe um produto de mídia deve, até certo ponto, prestar atenção e, ao fazer isto, ele se ocupa inteiramente numa atividade de entendimento do conteúdo simbólico transmitido pelo produto. Isto implica o fato de que, ao operar no processo de interpretação das formas simbólicas, “os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos e dos outros. Eles as usam como veículos para reflexão e autorreflexão como base para refletirem sobre si mesmos, os outros e o mundo a que pertencem” (THOMPSON, 1998, p. 45).

### **Aparato de multimodalidade e design visual**

Aparatos semióticos são usados para descrever os recursos/modos (por exemplo, visual, auditivo, tátil, olfativo, gustativo, cinestésico) em textos, discursos e eventos, chamados coletivamente de fenômenos multimodais. Para Kress (2009), o modo é um recurso formado social e culturalmente para a construção de sentido. Dessa forma, imagem, escrita, layout, música, gesto, fala, imagem em movimento, som podem ser tomados como modos, usados em representação e comunicação. Como tais, os modos podem oferecer diferentes potenciais para se construir significado.

Chega-se, pois, ao conceito de provisão multimodal (*affordance*), compreendido aqui como o potencial que tem um objeto de ser usado como foi projetado para ser usado. Modos, assim, possuem diferentes potenciais provisionais: fala e escrita nomeiam; imagens retratam; gestos dão ênfase e delineiam tópicos e temas; o layout organiza informação, categorizando e orientando participantes como parte integrante ou não de um dado grupo.

A multimodalidade, por conseguinte, lida com uma compreensão da comunicação e representação para além da linguagem falada e escrita, apontando para toda uma gama de plataformas de formas comunicação usadas pelas pessoas – imagem, gestos, olhar, postura – e a relação estabelecível entre elas.

Com o olhar voltado para essa capacidade dos recursos multimodais de lidarem com uma gama de plataformas de formas de comunicação e seus potenciais para a construção do sentido, passaremos a tratar de tópicos mais relacionados ao presente trabalho, especialmente relacionados a aspectos como imagem, layout, estrutura de cores, sistemática de sons e voz.



É, por conseguinte, cada vez mais urgente o debate acerca da importância das imagens na sociedade contemporânea. Não é desarrazoado falar, junto com Aumont (1993) de ‘civilização da imagem’, expressão que revela bem o quadro geral de se viver em um âmbito crescentemente permeado de apelos visuais, cada vez mais numerosos, diversificados, e insidiosamente intercambiáveis. Nessa perspectiva, temos que a relação entre a imagem e os usuários não se dá no seio de uma relação abstrata, de modo dissociado de um contexto múltiplo – social, institucional, técnico, ideológico. Isso suscita questões básicas relativas ao funcionamento da imagem tais como que relação ela estabelece com o ‘real’; como se dão as formas e meios de tal representação; como ela trabalha com categorias singulares de nossa concepção de realidade, relações de espaço e tempo, por exemplo; como a imagem lida com a inscrição de significações.

Em busca de um postulado que abordasse como se dá a arquitetura dos elementos visuais em construtos semióticos, Kress e van Leeuwen (2006) conceberam a Gramática do Design Visual (GDV). Baseada em pressupostos da Gramática Sistêmico-Funcional, de Halliday, ela prevê que o aparato visual, tal como se concebe quanto à linguagem verbal, trabalha com formas próprias de representação, lida com relações entre participantes do evento sociocomunicativo e opera com relações de significado a partir do modo como se compõem os textos do ponto de vista de sua estruturação e formato. Pode ser concebido um correlato entre os dois aportes, tal como esboçado na figura abaixo:



**Figura 1: Correlação Gramática Sistêmico-Funcional/GDV (ALMEIDA, 2008)**

De acordo com a abordagem da Gramática Sistêmico-Funcional, o significado linguístico, em sua interface com o aparato lexicogramatical, não se apresenta em uma relação especular com a realidade. O que temos são dimensões da estrutura semântica que se organizam para a construção em três dimensões: como representação, como intercâmbio, como texto. Assim, temos um princípio metafuncional ideacional, quando da utilização da linguagem para organizar, compreender e expressar as nossas percepções do mundo e a nossa própria consciência, para descrever eventos, estados e as entidades nele envolvidas; uma metafunção interpessoal, porquanto utilizamos a linguagem para participarmos de atos de comunicação com outras pessoas, para com elas interagirmos, para com elas estabelecermos e mantermos relações sociais, para influenciarmos seus comportamentos ou para lhes expressar os nossos pontos de vista sobre a realidade; uma metafunção textual, quando utilizamos a linguagem para organizar e relacionar o que dizemos ou escrevemos com outros eventos linguísticos e com o mundo real (HALLIDAY; MATHIESSEN, 2004, p. 20; GHIO E FERNÁNDEZ, 2008, p. 91).

### **Um breve exemplar para exame: análise do gênero midiático capa de revista**

Na presente seção, faremos uma breve exposição da análise de um gênero de mídia, a capa de revista semanal de informação. A escolha por este segmento é guiada sobretudo pela sua natureza capitular, em outros termos, pelo fato de figurar na abertura do veículo de mídia, sendo como tal suscetível a uma pregnância de elementos e características apelativas e promocionais.



**Figura 2: Capa de revista de informação (Veja, 27 ago. 2014)**

Podemos focalizar inicialmente um aspecto que diz respeito ao modo como o produtor do texto em questão busca estabelecer estratégias de aproximação com o leitor potencial. Um recurso que é enfático neste caso é o do contato, marcado por relações vetoriais entre as linhas do olho da imagem representada e o participante interativo, o leitor (KRESS; VAN LEEUWEN, p. 114; ALMEIDA, 2008, p. 18). Para o caso em tela, podemos constatar a apresentação da figura da então candidata à presidência do Brasil, Marina Silva. Esta se mostra na imagem selecionada para a composição da capa com o olhar de oferta, apresentando-se ao observador como objeto de contemplação, marcando como tênue a relação entre este participante e a figura representada.

A representação tal como se mostra vem ser corroborada pelo aparato verbal, em que se destaca o uso da interrogativa (Marina Presidente?), sob a forma de manchete. O emprego de tal forma linguística aponta para uma vaguidéz, visto que se trabalha com um sentido de pressuposição, em que o locutor procura não se comprometer com o conteúdo pressuposto, relativo à possibilidade virtual de a candidata vencer as eleições.

Paralelamente, o uso do elemento lexical 'miragem', vem corroborar a ideia construída pelo conjunto imagem/manchete, apontando para um sentido relativo a algo tênue, diáfano. O lexema se opõe ao item 'furacão', no texto resumitivo da manchete: **Com a entrada da ex-senadora como um furacão na corrida eleitoral, o Brasil tem pouco tempo para saber se ela é apenas uma miragem...**

Os recursos visuais ficam mais ainda nítidos quando constatamos o uso do recurso do plano fechado, que representa o participante de modo que lhe sejam visíveis as emoções, do que se destaca o olhar de oferta, já referenciado, e um sorriso contido, suave. A imagem representa a figura do ombro para cima e focaliza o rosto, ocupando basicamente todo o espaço visual da capa, o que sugere uma aposta que editorialmente se faz no recurso como principal estratégia de atração do olhar do leitor, enquadrando-se na característica topológica de leis de diagramação, segundo a qual o valor de uma unidade noticiosa é proporcional ao espaço a ela proporcionado (HERNANDES, 2012).

Do ponto de vista das relações cromáticas, podemos notar que a capa não se compõe de um espectro de cores muito variadas, trabalhando-se praticamente em escala monocromática. Este fator viria se agregar aos outros recursos, levantados anteriormente, para estabelecer essa atmosfera de seriedade, sisudez e suspense, evocados pela matéria chave, escolhida para figurar em destaque na capa desta edição do semanário. Tonalidades de marrom estão relacionadas a uma noção de neutralidade, sendo que, na capa em questão, como solução gráfica (GUIMARÃES, 2001), toda a cena vem trabalhada para tender a esse matiz. Paralelamente, estruturas cromáticas mais voltadas para a escala de cinza são associadas a um sentido de distanciamento, frieza, falta de intensidade.

Quanto aos recursos de fotojornalismo, notamos que a estratégia elaborada na capa funciona como importante fator nas tarefas de arrebatamento e sustentação da atenção do observador, potencial consumidor do produto de mídia. Tendo a ocupação espacial, acentuada pelo recurso de enquadramento em close, o fotograma está situado no emprego da foto plástica (HERNANDES, 2012), em que se nota uma busca pelo efeito estético, com forte sentido de autoria da foto, sendo posta sob um ponto de vista subjetivo, em uma representação mais estetizada. Está, portanto, mais inclinado o uso do recurso à tarefa de 'fisgar' a atenção do leitor potencial, motivando-lhe para o consumo. Isto é reforçado pelo fato de se tratar de uma estruturação visual marcada pela construção de uma saliência, do inusitado, fato mais reforçado ainda pelo emprego da manchete em rodapé, com elementos tipográficos em corpo de dimensões consideravelmente grandes.

Na capa em questão, a construção de tal estratégia de arrebatamento da atenção, portanto, vem ser instaurada pelo uso mesmo de recursos visuais, bem como

da própria seleção da temática em foco, engajada em uma tarefa de se apresentar à avaliação do leitor alguma novidade de ordem sensível, um estímulo, algo que deve ser tomado como instigante, que o provoque na direção de uma atitude de querer saber. Esse empreendimento é enfatizado pela natureza do valor de notícia, que, nesse caso se estrutura nos caracteres de interesse (HERNANDES, 2005; 2012), com as pessoas vendo suas vidas como afetadas pela notícia, além do valor de inesperabilidade ou raridade, imprevisibilidade do evento (CALDAS-COULTHARD, 1997).

O fotograma relacionado à figura da então candidata Marina Silva se apresenta, portanto, como o principal elemento visual de ancoragem da ação perceptiva, captadora da atenção do leitor potencial. Em que pese ocupar basicamente todo o corpo gráfico da capa, pode-se notar ainda a presença de uma linha divisória, no plano superior, ocupando uma faixa de aproximadamente um décimo do quadro total. É marcada esta porção por uma linha tênue, de estruturação fraca, que interliga as duas partes constantes da capa, em um princípio de conexão (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006; ALMEIDA, 2008): conjunturas que delimitam as duas unidades distintas estão ausentes.

Nesta parte da capa, situam-se dois segmentos de notícia. Um primeiro, composto de um fotograma e uma frase resumitiva, versa sobre tema sobre o contexto internacional. O conteúdo procura ser de impacto, como se pode depreender de itens como **epicentro** e **terror**, em ‘nosso repórter conta o que viu no epicentro do terror islâmico’. O outro, postado à direita, com igual estrutura – foto e texto curto –, refere-se a tema sobre tecnologia. Neste caso podemos notar a expressão ‘chegou para ficar’, como potencialmente ligado ao caráter promocional da unidade noticiosa, aliado ao valor de notícia do **ineditismo**, que coloca a notícia inédita como mais importante que a já conhecida, bem como de **interesse**, marcado pelo fato de a importância da notícia ser proporcional ao fato de as pessoas terem suas vidas afetadas por ela (HERNANDES, 2005; 2012).

### **Balço e considerações finais**

O breve excerto de análise de um objeto de mídia, tal como na seção anterior, está no âmbito de uma proposta de abordagem crítica de produtos midiáticos, no percurso de um subsídio à construção de um letramento crítico no que tange a esse

segmento. É Fairclough (1995) quem põe algumas metas para uma análise do discurso da mídia, vislumbradas pelo presente trabalho: um foco de análise deve ser mais amplo sobre a forma de como mudanças na sociedade e na cultura são manifestos na mudança de práticas de discurso midiático; a seleção dos dados deve refletir proporcionalmente áreas de instabilidade e variabilidade, bem como áreas de estabilidade; a análise de textos deve ser complementada pela análise da produção e consumo de textos, incluindo uma atenção para as transformações a que os textos estão submetidos pelas redes de práticas discursivas; a análise de textos e prática deve ser mapeada pela análise do contexto institucional e sociocultural mais amplo das práticas midiáticas, incluindo as relações de poder e as ideologias; a relação entre textos e sociedade/cultura deve ser vista dialeticamente – textos são moldados socioculturalmente, mas eles também constituem a sociedade e a cultura.

Para o esboço daquilo que vimos perseguindo, qual seja, uma concepção de letramento crítico da/para a mídia, nos apoiamos em um conjunto de questionamentos estipulados por Fairclough (1995), quando este advoga em favor de que, no exame do discurso da mídia, devam ser vislumbrados os seguintes fundamentos: como o texto midiático está apresentado? Por que foi planejado desse modo e não de outro? Como sua apresentação poderia ter sido construída? Como os textos são produzidos e de que modo eles são interpretados e consumidos? O que o texto indica acerca da ordem de discurso midiática? De que processos socioculturais mais amplos o texto midiático faz parte?

Os estudos de Street (2014) vêm corroborar com este percurso, ao ancorar as bases do letramento em uma dimensão mais ampla com uma prática social e numa perspectiva transcultural, o que abandona uma visão de letramento como uma habilidade “neutra”, uma técnica, encaminhando sua definição para algo como “uma prática ideológica, envolvida em relações de poder e incrustada em significados e práticas culturais específicos” (STREET, 2014, p. 17).

É nessa perspectiva que Street (2014) defende o emprego do conceito de “práticas de letramento”, na esteira da noção de “eventos de letramento”, compreendidos como qualquer ocasião em que um trecho de escrita se mostra essencial à natureza das interações dos participantes e a seus processos interpretativos. As práticas de letramento, por conseguinte, incorporariam não só os eventos, mas todas e somente as ocasiões empíricas às quais o letramento é

essencial, assim como modelos populares desses eventos e as concepções ideológicas que os sustentam.

De suma importância é, pois, invocar o caráter emancipatório da pesquisa em análise crítica. E esse campo pode ser tratado sob a forma de proposta de aplicação em uma pedagogia crítica da mídia, em termos do letramento para a mídia. Para tanto, o papel do pesquisador se faz necessário quando atrelado ao do profissional da educação.

É possível ancorar, diante dessa perspectiva, o objeto de nossa análise como situado em um conjunto de práticas sociais que se encontram no campo das práticas midiáticas, sua presença e seu papel na constituição da vida social. É factual que, do ponto de vista de sua produção, quando nos reportamos a conglomerados de mídia, estamos diante de centros de poder. Primeiramente de poder econômico – empresas privadas transmitem e vendem mercadorias – e, em segundo lugar, centros de poder político, de controle social e cultural (CHAUI, 2006).

Estudos sobre o modo como se caracteriza estrutural e funcionalmente a mídia se apresentam como essenciais ao tratamento de um trabalho em sala de aula, em que se tomem aspectos ligados à produção e leitura de textos genuínos. Isto levando-se em conta caracteres como ideologia, argumentação/persuasão, relações de poder.

O papel do professor de língua é fundamental para um trabalho da natureza tal como a relatada aqui. Não se trata, como apontam argumentos contrários a um trabalho crítico de abordagem do discurso, de se privilegiar uma posição ideológica em detrimento de outra, ou mesmo substituí-las. Mas sobretudo oferecer ao aluno condições para que este seja capaz de se aparelhar para o enfrentamento de práticas discursivas, não raramente imbuídas de traços de desigualdade e relações assimétricas de poder, como as produzidas pelos grandes conglomerados de mídia.

## Referências

ALMEIDA, D. (Org.). **Perspectivas em análise visual: do fotojornalismo ao blog**. João Pessoa, Ed. da UFPB, 2008.

AUMONT, J. **A imagem**. Campinas: Papyrus, 1993.

CALDAS-COULTHARD, C. R. **News as social practice**. Florianópolis: UFSC, 1997.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity**: rethinking Critical Discourse Analysis. Edinburgh: Edinburgh University Press, 1999.

FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse**: Textual analysis for social research. London/New York: Routledge, 2003.

\_\_\_\_\_. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da UnB, 2001 [1992].

\_\_\_\_\_. **Media discourse**. 1995. Londres: Arnold.

\_\_\_\_\_. **Language and power**. 2. ed. London: Longman, 1990.

GHIO, E.; FERNÁNDEZ, M. **Linguística sistémico funcional**: aplicaciones a la lengua española. Santa Fé: UNL, 2008.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Anna Blume, 2001.

HALLIDAY, M.A.K.; MATTHIESSEN, C.M.I.M. **An introduction to functional grammar**. London: Arnold, 2004.

HERNANDES, N. **A mídia e seus truques**: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

\_\_\_\_\_. **Semiótica dos jornais**: análise do Jornal Nacional, Folha de S. Paulo, Jornal da CBN, Portal Voz, revista Veja. 2005. 324f. Tese (Doutorado em Linguística) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2005.

KRESS, G. 2009. What is mode? In: JEWITT, C. (Ed.) **The Routledge handbook of multimodal analysis**. London: Routledge.

KRESS, G.; LEEUWEN, T. v. 2006. **Reading images**: the grammar of visual design. London/New York: Routledge.

RAMALHO, V; RESENDE, V. de M. **Análise de discurso (para a) crítica**: o texto como material de pesquisa. São Paulo: Pontes, 2011.

STREET, B. **Letramentos sociais**: abordagens críticas do letramento no desenvolvimento, na etnografia e na educação. São Paulo: Parábola, 2014.

THOMPSON, J B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.



WODAK, R. Do que trata a ACD: um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, n. esp., p. 233-243, 2004 [2001].



Recebido em 03 de junho de 2017  
Aprovado em 20 de novembro de 2017