



Documento padrão para submissão de trabalhos ao XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

Discurso em jogo: o que dizem as capas da Veja sobre a crise política de 2005¹

Joanicy Maria Brito Gonçalves²

Instituto de Educação Superior de Brasília - IESB

Resumo

De 25 de maio a 21 de setembro, a crise política do governo do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, foi retratada, ininterruptamente, em 18 capas da revista Veja. Este trabalho analisa o discurso adotado em cada capa e busca mostrar os elementos verbais e não-verbais usados por essa publicação para construir um sentido da realidade. O que a Veja disse e como disse foi alvo deste estudo. Métodos de análise de discurso e a aplicação prática deles são apresentados com o intuito de despertar uma leitura crítica sobre a construção de verdades registrada em um produto jornalístico.

Palavras-chave

Capa de revista. Análise de discurso. Jornalismo.

Referencial teórico-metodológico

Para identificar o que era dito nas capas da Veja, de maio a setembro de 2005, sobre a crise política brasileira, esse trabalho orientou-se pela análise de discurso francesa (que articula lingüística e história em uma teoria do discurso). O método utilizado para analisar as capas foi: *As seis leituras interpretativas* de Sérgio Dayrell Porto. Embora se tenha procurado seguir todas as instruções dadas por Porto, duas leituras tiveram destaque: a arqueológica e a argumentativa. A ênfase às duas está relacionada ao exercício do jornalismo. Como faz um repórter cuidadoso, buscou-se fundamentar os argumentos (a análise) com fatos publicados em periódicos e livros, com considerações de autoridades da área de Comunicação e de Letras, bem como observar trabalhos similares feitos por estudantes e professores (ver bibliografia).

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Júnior, sub-área: Jornalismo e editoração.

² Currículo: Joanicy Maria Brito Gonçalves é bacharel em comunicação, com habilitação em jornalismo e relações públicas. Trabalha na Assessoria de Comunicação Social da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa. E-mail: joanicy@hotmail.com

Descrição do corpus pesquisado

O trabalho consistiu-se em investigar e mostrar os elementos usados pela revista para construir um sentido da realidade.

É importante esclarecer: analisar, neste caso, não foi julgar o trabalho da revista e sim, observar o que ela dizia e como dizia. O porquê ela dizia - no sentido de “com que intenções” - não foi alvo desse estudo, embora às vezes possa aparecer.

Além de apresentar uma análise do que disse a Veja em um momento histórico para o Brasil, esta pesquisa pretende também mostrar os caminhos e as ferramentas necessárias para uma análise que ultrapassa a superfície do texto (aqui entendido como um composto de imagens e palavras). A intenção, portanto, não foi mostrar uma idéia pronta e acabada do que a Veja disse (ou seja, do discurso dela), mas sim, municiar os leitores de informações para que eles pudessem fazer suas próprias análises desta e de outras publicações.

Foi dessa vontade de despertar as pessoas para o desenvolvimento de análises de discursos que surgiu a idéia de organizar esse trabalho em forma de um jogo. O *passatempo* é o ato de analisar. A metodologia mostra *como jogar*. Os *jogadores* são leitores comuns e jornalistas. As *peças* são as capas e os elementos que devem ser observados para analisá-las.

A proposta (*nível básico*) do jogo é simples: as *cartas* (as capas da Veja) devem ser analisadas com base nas idéias descritas no *passatempo* (a análise do discurso) e nas *pistas* oferecidas (imagens, palavras e contexto). Depois é só conferir a resposta sugerida, ou seja, a análise desenvolvida pela autora deste estudo.

Quem tiver interesse em aprofundar a análise, pode passar para o *nível avançado* do jogo, ou seja, para a etapa de conclusões. Ou verificar as referências bibliográficas para se aprimorar nas jogadas.

Assim foi idealizado esse jogo. Um passatempo sério onde o principal objetivo é estimular as pessoas a analisarem a realidade vista e publicada pela imprensa. O título

convertido em pergunta (*Discurso em jogo: o que dizem as capas da Veja sobre a crise política de 2005?*) revela a tarefa principal que leitor deverá realizar se aceitar o desafio.

Conclusões

Na busca por identificar elementos e técnicas utilizadas pela revista para possibilitar diversas leituras prontas sobre o tema, verificou-se que algumas ações da Veja, eram legitimamente jornalísticas. O fato de interpretar acontecimentos, por exemplo, se enquadra em um gênero jornalístico. Mesmo as capas onde se podia perceber forte carga publicitária (onde apareciam evidentes apelos visuais para induzir o consumo da revista), sempre havia indícios fortes ou denúncias de fontes envolvidas com a crise para apoiar a escolha de sentido feita pela Veja.

A conclusão geral foi de que não há discurso neutro, principalmente quando se trata de política. Por mais que haja técnicas jornalísticas para o estabelecimento de objetividade (afinal, os fatos relatados devem ser reais e não fictícios), a linha editorial do veículo marcará os textos, em alguns casos de forma mais explícita e em outros sob um véu de imparcialidade. Em meio a discursos por vezes abertamente dicotômicos, resta ao leitor ser crítico e buscar informações em diferentes fontes antes de formar opinião.

O que a Veja mostra nas capas é o recorte do contexto histórico que ela escolheu publicar. Os acontecimentos são hierarquizados conforme o discurso apresentado semanalmente. Tudo está costurado de acordo com a linha editorial da revista também.

Mas é importante esclarecer: o que a Veja revela é fruto da escolha dela e não consequência do contexto histórico. É fácil perceber isso quando se compara a abordagem dessa revista com a da IstoÉ sobre um mesmo fato. A respeito do impacto dos escândalos na imagem de Lula, a Veja apresenta como consequência um possível impeachment. Já a IstoÉ mostra a tese da não-reeleição.

A Veja incomoda porque suas capas são usadas como registro de “verdade” absoluta, quando, na realidade, essa “verdade” é parcial. É um lado da situação que é apresentado. Quando a revista revela vários personagens petistas fica a impressão de que só esse

partido poderia estar envolvido nos escândalos. Mas o que se viu foi diferente: outros também foram citados nas Comissões Parlamentares de Inquérito.

Alguns críticos temem que a cobertura de um acontecimento escolhida pela Veja induza à criação de sentidos negativos, generalistas, como o de que todo político é ladrão e que até os petistas supostamente mais idôneos possam estar envolvidos em esquemas corruptos. Mas se há evidências concretas de atos ilícitos no governo e no Congresso porque a imprensa se esquivaria? Denunciar sem fortes indícios seria irresponsabilidade, mas apurar com precisão, revelar provas relacionadas a denúncias, apresentar evidências de casos de interesse público faz parte do trabalho da imprensa. Buscar e publicar depoimentos e registros da realidade é rotina de jornalista, não há como ser diferente.

O que não se pode aceitar da imprensa é a invenção de fatos ou divulgação de denúncias sem consistência. Expor versões dos fatos é legítimo, contanto que haja fundamento.

Comunicar é agir sobre o outro, afirmam Savioli e Fiorin. Isso é o que a Veja e todos os veículos de comunicação fazem independente de usarem o gênero informativo, interpretativo, opinativo ou entretenimento. O que varia é a intensidade e a quantidade de elementos utilizados para explicitar ou ocultar sentidos prontos.

O leitor deve estar atento aos discursos produzidos pelos meios de comunicação. O trabalho de construção de verdades não se limita à Veja. É próprio do jornalismo. O que a imprensa mostra é lido como verdade pelas pessoas. A notícia é vendida e comprada em função da sua credibilidade. Por isso, este trabalho materializa a seguinte sugestão: o leitor deve verificar se além de dizer sobre o que se deve debater, a revista Veja e outros meios também conduzem à forma como se deve interpretar e julgar um fato.



Bibliografia

BESSA, Flávia Raquel. *Capas de Istoé, uma análise discursiva*. 1998. 55 f. TCC (Bacharelado em Jornalismo) – CEUB, Brasília.

CARRAHER, David W. *Senso Crítico: do dia-a-dia às ciências humanas*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque. *Minidicionário Aurélio da língua portuguesa*. 3ª edição, Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1993.

FLAUSINO, Márcia Coelho. *As capas de Veja nas eleições de 1989 e 1994: uma interpretação hermenêutico-fenomenológica*. 1996. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - UnB, Brasília.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. Aula Inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: as relações entre o real e o simbólico. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. 2. ed., Brasília: Editora UnB, 2002.

Novo Manual da Redação. 6. ed. São Paulo: Folha de S. Paulo, 1992.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PORTO, Sérgio Dayrell (org.). *Sexo, afeto e era tecnológica: um estudo de chats na internet*. Brasília: Editora UnB.

RAMOS, Graça. *Leituras para uma capa de revista: o São Sebastião do Planalto*. Revista: universitas//comunicação/Centro Universitário de Brasília, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Brasília: UniCEUB, v.1, n.1, p. 12, jul./dez. 2003.

SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. *Lições de texto: leitura e redação*. 4. ed., São Paulo: Editora Ática, 2001.

SOUZA, Tânia C. Clemente de. *A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação*. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/tania3.htm> . Acesso em: 1 nov. 2005.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6.ed., Editora Presença, 2001



APÊNDICE A - Cartas do jogo: capas da revista Veja.

Para visualizar o discurso da Veja diante da crise política durante o período de maio a setembro de 2005, foram analisadas cada uma das 18 capas abaixo. No jogo proposto neste trabalho, elas são as “cartas”.



APÊNDICE B - Pistas do jogo: palavras, imagens e contexto.

O jogo proposto neste trabalho sugere a análise das capas a partir das pistas deixadas ao longo do texto (aqui entendido como um composto de imagens e palavras, inseridas em contextos). A seguir, são apresentadas ao jogador elementos verbais e não-verbais que são usados na construção de sentidos.

1. Palavras: elementos da linguagem verbal

As palavras são signos lingüísticos, unidades constituídas pela união de significante (a expressão, a apresentação por meio de letras ou imagens do objeto) e significado (conteúdo). Esses signos podem ser denotados ou conotados.

Signos denotados se formam pela união de um significante e um significado. Por exemplo, a formação de letras r-a-t-o é o significante. Mamífero roedor é o significado. Assim, o “rato” como animal é um signo denotado.

Signos conotados são constituídos pela junção de dois significados. Quando rato como animal se relaciona com rato no sentido de ladrão se tem um signo conotado. Entende-se: aquele homem é um rato.

Em análise de discurso, o sentido literal, próprio, habitual e o sentido que as palavras ganham no texto são relacionados a um terceiro elemento: o contexto. Assim, as palavras são percebidas não como meros vocábulos que denotam significados limitados por elas ou pelo texto. Elas ganham *status* de pistas deixadas pelo processo social de produção de sentidos.

A Veja revela sua leitura de determinado fato pela escolha e forma de exposição de palavras com múltiplos significados, bem como pela combinação delas com outros elementos da capa e com o contexto – de dentro e de fora da revista. Evidências da construção de sentidos podem ser percebidas a partir da identificação de aspectos, processos, recursos lingüísticos presentes nos textos. As explicações a seguir são sobre esses indícios.

Paráfrase: segundo o dicionário Aurélio, paráfrase quer dizer desenvolvimento de um texto sem alteração das idéias originais; tradução livre. Flávia Bessa³ entende que o processo parafrástico permite a produção do mesmo sentido sob várias de suas formas.

No jornalismo os sentidos construídos se baseiam em idéias de terceiros. O texto é elaborado a partir de idéias oferecidas pelas fontes: especialistas, autoridades, pessoas públicas ou envolvidas com um fato. Dentro de um contexto, um sentido exposto sob várias formas enfatiza um significado e ainda pode distanciar o veículo da idéia exposta, dando a impressão de objetividade.

O termo “mensalão” utilizado pelo ex-deputado Roberto Jefferson, para denominar o suposto pagamento mensal feito a parlamentares para votarem a favor do governo Lula pode ser exemplo de paráfrase. O termo deu margem à criação de outros vocábulos, como “mesadão”, “mensalinho” que ao serem utilizados, acabavam por apresentar e enfatizar o mesmo assunto: envolvimento de políticos em escândalos. A palavra não é de autoria da revista, por isso seu uso é parafraseado.

Polissemia: ocorre quando uma palavra pode assumir sentidos diferentes, múltiplos. Esse recurso agrega valor informativo ao texto. Em geral, os vocábulos escolhidos para compor um texto são ricos em significados para aproveitar um espaço pequeno como é o caso da capa de uma revista.

Pressupostos: Savioli e Fiorin⁴ conceituam pressupostos como idéias não expressas de maneira explícita, que decorrem logicamente do sentido de certas palavras ou expressões contidas em uma frase. Por exemplo, na frase: “não fumo mais” está explícito que “agora não fumo” e implícito o pressuposto: “já fumei um dia”.

Bessa explica que o enunciado, ou seja, o posto; e o plano de fundo onde o enunciado se apóia, o pressuposto, ambos estão no plano lingüístico, sintático, assim o sentido que se quer dar ao texto fica menos velado. Um olhar crítico pode perceber e pontuar baseado

³ BESSA, Flávia Raquel. *Capas de Istoé, uma análise discursiva*. 1998. 55 f. TCC (Bacharelado em Jornalismo) – CEUB, Brasília, p.23.

⁴ SAVIOLI, Francisco Platão; FIORIN, José Luiz. *Lições de texto: leitura e redação*. 4. ed., São Paulo: Editora Ática, 2001, p.307.

em indícios lingüísticos o significado apresentado pelo emissor. No pressuposto, o sentido se origina de uma estrutura verbal exposta e não de reflexões.

Subentendidos: para Savioli e Fiorin subentendidos são insinuações, não marcadas lingüisticamente contidas em um texto. “O subentendido diz sem dizer, sugere, mas não diz”, explicam. Para ilustrar a definição, eles apresentam o seguinte exemplo:

“Suponhamos que uma pessoa estivesse em visita à casa de outra num dia de frio glacial e que uma janela, por onde entravam rajadas de vento, estivesse aberta. Se o visitante dissesse *Que frio terrível*, poderia estar insinuando *Feche a janela*.”⁵

A percepção de significados implícitos depende das experiências do leitor, porque ele precisa delas na hora de refletir sobre as insinuações feitas no texto.

Metáfora: é a mudança de sentido de uma palavra pela inclusão de outro. Usa-se metáfora para apresentar uma nova maneira de ver as coisas do mundo, privilegiando traços semânticos usualmente deixados de lado. Um exemplo de imagem onde aparece metáfora é a de um pé dotado de asas metaforizando velocidade.

Ironia ou antífrase: é uma maneira de se expressar, dizendo o contrário do que se pensa ou se sente. Ocorre quando se afirma uma coisa que na verdade se quer negar.

Eufemismo e hipérbole: segundo Savioli e Fiorin existem marcas no texto que indicam que ele deve ser entendido diferente do que foi dito, são elas o eufemismo e a hipérbole. O eufemismo ocorre quando se suaviza o que seria grosseiro ou chocante. Por exemplo, “João abotoou o terno” ao invés de “morreu”. Pode ser usado para ocultar a realidade. O significado real de “dinheiro não contabilizado” virou eufemismo no contexto da crise política do PT porque foi usado para suavizar a impressão negativa da expressão conhecida como “caixa dois”. “Dinheiro não contabilizado” foi a frase utilizada por Delúbio Soares, o ex-tesoureiro do PT, para se referir ao dinheiro não informado nos relatórios contábeis do partido fruto do empréstimo feito pelo publicitário Marcos Valério. Segundo o petista, foi usado para pagar despesas de campanhas eleitorais e não para comprar parlamentares.

⁵ SAVIOLI; FIORIN (2001).

Hipérbole significa exagero. Exemplos: estou morrendo de sede, volto em um segundo.

Argumentos: a identificação de tipos de argumento no texto permite ao leitor analisar o que está dito ou que se quer dizer com o uso deles. Savioli e Fiorin listam cinco formas de argumento:

- Argumentos de autoridade (citação de autores renomados ou especialistas com domínio sobre uma área da atividade humana. Em jornalismo, têm autoridade para falar sobre um assunto pessoas bastante envolvidas com um determinado fato).
- Argumentos baseados no consenso (proposições aceitas como verdadeiras).
- Argumentos baseados em provas concretas (dados pertinentes, suficientes, adequados, fidedignos. Provas podem ser: cifras e estatísticas, dados históricos, fatos da experiência cotidiana. Nada de generalizações).
- Argumentos com base no raciocínio lógico (relações de causa e efeito/consequência).
- Argumentos da competência lingüística (o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz. O vocabulário adequado à situação de interlocução dá credibilidade às informações).

2. Imagens, cores, formas, luz, sombra: elementos da linguagem não-verbal

A linguagem não-verbal se constitui um campo de significação paralelo à verbal. Na revista *Veja*, por exemplo, ilustrações, fotografias e cores são recursos utilizados para oferecer mais informações sobre determinado assunto e para atrair a atenção do leitor. Tais elementos dispostos nas capas explicitam idéias e também despertam a leituras mais aprofundadas. A busca do sentido implícito é o que se espera do “jogador deste passatempo”, do analista do discurso.

Os conceitos abaixo foram expostos para possibilitar a formulação de hipóteses mais profundas sobre a construção de sentidos feita pela *Veja*. Mas para se perceber múltiplos significados é preciso identificar onde as imagens mantêm relações com o contexto.

Heterogeneidade: esse conceito, explicado por Pinto a seguir, é marcante em análise de discurso. Afinal, uma das tarefas desse tipo de analista é: pontuar heterogeneidades

presentes em um texto (tanto verbal quanto não-verbal) para identificar leituras possíveis.

“Para a análise de discursos, todo texto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, no sentido de que ele é sempre um tecido de ‘vozes’ ou citações, cuja autoria fica marcada ou não, vindas de outros textos preexistentes, contemporâneos ou do passado.”⁶

As diversas vozes que dialogam e dão sentidos variados (leituras diferentes) a um mesmo objeto são trabalhadas em um conceito específico da linguagem não-verbal: a policromia.

Policromia e polifonia: para entender policromia, primeiro é preciso conhecer outra definição a qual ela está associada. Tânia C. Clemente de Souza autora do texto “A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação” explica polifonia:

“O conceito de polifonia (DUCROT, 1980) pressupõe que todo texto traz em sua constituição uma pluralidade de vozes que podem ser atribuídas ou a diferentes locutores... ou a diferentes enunciadores, quando se atesta que o locutor pode se inscrever no texto a partir de diferentes perspectivas ideológicas. Dentro dessa perspectiva, é que se define o dito e o não-dito (a voz implícita).”⁷

As marcas de heterogeneidade presentes nas imagens (como o implícito, a ironia) não podem ser pensadas como “vozes” segundo Tânia de Souza. Para ela, “analisar o não-verbal pelas categorias de análise do verbal implicaria na redução de um ao outro”. Por isso, ela sugere o uso do conceito de policromia, no lugar de polifonia quando se tratar de análise de imagens.

Assim, a definição de policromia que se aproxima da idéia de polifonia só se torna diferente porque envolve o jogo de imagens, cores, formas, luz, sombra, elementos constitutivos da linguagem não-verbal.

A policromia revela a imagem como um composto de heterogeneidades, marcas que se co-relacionam para dar identidade a um objeto. Essa co-relação se faz por meio de “operadores discursivos não-verbais”. São eles: a cor, o detalhe, o ângulo da câmara,

⁶ PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.p.27.

⁷ SOUZA, Tânia C. Clemente de. *A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação*. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/tania3.htm>. Acesso em: 1 nov. 2005.

um elemento da paisagem, luz e sombra que, segundo Tânia de Souza, não só trabalham a textualidade da imagem, como também instauram a produção de outros textos, todos não-verbais.

Imagens, cores, formas, luz e sombra quando relacionados entre si ou com elementos verbais, quando percebidos dentro de contextos, constituem-se pistas que podem revelar as intenções de quem as utilizou na construção de um objeto. São essas relações que um analista deve identificar para perceber discursos implícitos nos produtos da mídia.

3. Contexto: elementos sócio-históricos

Depois da análise simbólica ou icônica, da descrição da estrutura interna dos textos, da interpretação semântica dos conteúdos, começa a observação do contexto sócio-histórico. Em resumo, depois de identificar o uso da linguagem verbal e não verbal, o analista inicia a busca por marcas deixadas pelo processo de construção social dos sentidos.

Textos não aparecem isoladamente num universo discursivo, segundo Pinto⁸. Ele explica que textos pertencem a séries ou redes organizadas por oposição ou sequencialidade. As marcas do processo de construção dos sentidos (palavras ou imagens) observadas pelo analista dependem do contexto.

Uma pista em um texto pode em outro contexto gerar interpretações diferentes. Assim, o sentido não pode ser abstraído de um item isolado. Para se chegar a interpretações válidas é necessário fazer análises comparativas.

Para estudar o discurso da revista *Veja* diante de fatos da crise política ocorridos de maio a setembro de 2005, podem ser considerados dois contextos: o histórico e o dessa publicação. São possíveis comparações:

- O momento histórico atual noticiado pela *Veja* pode ser comparado a outras ocasiões semelhantes ocorridas no passado;
- A ênfase dada a um personagem do presente pode ser comparada à exploração da imagem de outro em capas do passado;
- Uma corrente ideológica pode ser comparada com outras opostas;

⁸ PINTO; MILTON (1999, p. 52)

- Informações da capa podem ser comparadas com as do interior da revista, tanto da seção Carta ao Leitor como da reportagem;
- É possível fazer comparações entre as capas da sequência analisada; e
- Capas de outras revistas semanais de linha editorial semelhante à da Veja, como Época e IstoÉ, também servem de fonte para comparações.

A partir das comparações é possível verificar a manifestação de diferentes “vozes” (do presente e do passado, de direita e de esquerda, de um e de outra personagem) em um texto, ou seja, percebe-se a presença da intertextualidade que se apresenta de duas formas: manifesta (nota-se explicitamente a presença de outros textos no texto sob análise) e constitutiva (quando um texto pode incorporar outro sem que esteja explicitamente sugerido).

Pressupostos e técnicas jornalísticas também podem ser utilizados para contextualizar as análises dos textos da Veja. Contudo, é preciso considerar que há implicações de ordem ideológica por trás das práticas jornalísticas. Embora técnicas jornalísticas busquem dar tom de objetividade aos textos construídos pela imprensa, como é o caso dos critérios de noticiabilidade⁹, há implicações de natureza não puramente jornalística na produção do texto, como é o caso do caráter econômico representado pelo interesse do dono do veículo.

Apesar de saber que variáveis ideológicas influenciam na construção dos sentidos, os pressupostos e as técnicas do jornalismo devem ser considerados porque, embora a objetividade seja um modelo abstrato, que não pode ser atingido em sua plenitude, deve significar uma tendência, uma orientação a ser buscada pelos jornalistas.

⁹ WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 6.ed., Editora Presença, 2001

APÊNDICE C - Exemplo de análise de capa da revista Veja.

Abaixo, o leitor vê uma mostra da análise que pode ser feita a partir da combinação entre elementos verbais e não-verbais presentes na capa da revista Veja. Trata-se da 6ª da série de 18 capas analisadas.

O GRANDE ERRO

Confundir o partido com o governo

“Mensalão”: Banco Central detectou saques milionários de Valério, amigo de Delúbio

Edição de 29 de junho de 2005
Nº. 1911 - ano 38 - nº. 26

Nesta edição, o foco da capa está no PT. Das imagens ao texto, não houve espaço para outro assunto além da crítica explícita ao envolvimento do partido com o governo. A estrela colada sobre o brasão da República mostra a leitura que a revista fez sobre a atuação do PT no governo. Adesivos para sustentar a estrela, mudanças do texto do brasão expõem o erro do governo, segundo a revista: a apropriação exclusiva do Brasil pelo PT. Até o nome do país deu lugar ao nome de um suposto dono o Zé (“República Federativa do Zé, 1º de janeiro de 2003”), remetendo a uma idéia de ditadura desde a posse de Lula.

No dicionário, ditadura é uma “forma de governo em que todos os poderes se enfeixam nas mãos de um indivíduo, grupo, partido ou classe.”¹⁰ A partir desse significado, se a imagem tivesse que ser substituída por palavras, “ditadura petista” resumiria a idéia, sem perda de sentido. O governo do PT é apresentado como autoritário e personalista. A forma como a revista passou a idéia é um típico exemplo da utilização de metáfora. Norman Fairclough explica esse conceito assim: “as metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental”.¹¹

Nos meios de comunicação, as metáforas são bastante utilizadas para aproximar o veículo da sociedade. O uso de conceitos e expressões da realidade dos leitores facilita a

¹⁰ FERREIRA, Aurélio Buarque. Minidicionário Aurélio da língua portuguesa. 3ª edição, Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1993.

¹¹ FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, 2001, p.241.

compreensão e também pode despertar identificação do leitor como uma idéia convencionalizada, pronta.

A imagem do brasão ainda apela para a riqueza vocabular. A palavra “Zé”, o proprietário da República, dá margem a interpretações facilmente reconhecidas. O apelido do “dono” do país pode ser associado a Lula como presidente e como gente simples. José é um nome bastante comum no Brasil e é costume chamar um homem humilde de “Seu Zé” quando não se conhece o nome dele. Lula pode ser visto como o “Zé” porque sua imagem sempre esteve associada ao pobre, nordestino e trabalhador. O Zé também pode ser o “Zé-mané”, expressão pejorativa tão utilizada popularmente que o dicionário Aurélio ¹² conceitua: indivíduo inepto, desleixado, tolo, bobo. Em tom de ironia, a revista provoca o leitor a partilhar o descontentamento diante da apropriação do país e da maneira amadora com que ele está sendo conduzido (por um Zé-mané). Para o leitor mais interessado da situação política, Zé ainda pode ser o José Dirceu, ex-ministro da Casa Civil, conhecido como o homem que mandava no governo mais do que Lula.

Em “Banco Central detectou saques milionários de Valério, amigo de Delúbio”, mais uma vez, uma palavra irônica envolvendo personalidades da crise é empregada para chamar a atenção do leitor. “Amigão” tem uma carga expressiva negativa. Aqui, denota um relacionamento íntimo, muito estreito, entre o tesoureiro do PT e o operador do “Mensalão”. Embora não esteja explícito para quem Valério passou os milhões sacados, a relação de amizade dele com o responsável pelas contas do PT induz o leitor a concluir que Delúbio recebia o dinheiro. O recurso da lógica é claramente percebido nesse texto. A segunda frase “amigão de Delúbio” não serve apenas para qualificar Valério, mas, também, para envolver Delúbio no esquema dos saques milionários.

Nessa capa, verificou-se como o significado das palavras ultrapassa seu sentido literal e assume sua propriedade no discurso, ou seja, o significado válido dentro do contexto. A assimilação do enunciado depende capacidade do emissor em utilizar imagens e palavras do universo dos leitores, bem como do interesse do destinatário pelo assunto.

¹² FERREIRA; AURÉLIO (1993).