



Uma análise discursiva de *Veja* e *IstoÉ* sobre o caso Madeleine MacCann¹

Cristiane Portela de Carvalho², Fernanda Daniele Dino Soares³, Michelly Santos de Carvalho⁴, Carlos Augusto de França Rocha Júnior⁵, e Francisco Laerte Juvêncio Magalhães⁶

Universidade Federal do Piauí, Universidade do Minho e Faculdade Santo Agostinho

Resumo

Este trabalho analisa os discursos das revistas *Veja* e *IstoÉ* que tratam do desaparecimento da menina britânica Madeleine McCann, cujos pais, na cobertura jornalística, se tornaram suspeitos. Os autores tentam compreender as formações discursivas a fim de verificar o posicionamento dos suportes de imprensa diante da cobertura jornalística. O material de análise é formado pelas edições de 19 de setembro de 2007, das revistas *Veja* e *IstoÉ*, e 26 de setembro de 2007, da revista *IstoÉ*. O estudo é feito através do método da Análise de Discurso (AD), tendo em vista as diversas formações discursivas presentes nos textos, que caracterizam como cada semanário se porta diante da cobertura do fato. Assim, recorre-se a categorias e conceitos apresentados por autores como Verón, Fairclough e Authier-Revuz.

Palavras-chave

Análise de discurso, heterogeneidade enunciativa, formações discursivas

Introdução

Neste trabalho aplicamos o método da Análise de Discurso (AD) para verificar características particulares dos suportes de imprensa analisados durante a cobertura de um mesmo tema. Acreditamos que a aplicação de conceitos deste método, como o de formação discursiva, possam revelar o viés ideológico dos periódicos. Neste caso tomamos como corpus as revistas *Veja* e *IstoÉ* que publicaram matérias a respeito do sumiço da menina britânica Madeleine McCann, ocorrido em maio de 2007.

A cobertura do seqüestro de Madeleine McCann chamou a atenção do mundo. A menina, que viajava com os pais, desapareceu durante a noite de 3 de maio de 2007 e

¹ Trabalho apresentado na sessão Intercom Junior, área temática de Jornalismo, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Mestre em Comunicação (Universidade Federal de Pernambuco); Docente da Faculdade Santo Agostinho e do Centro de Ensino Unificado de Teresina.

³ Estudante de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí, membro do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Estratégias de Comunicação – NEPEC e bolsista PIBIC/CNPq.

⁴ Estudante de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, integrante do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade desta instituição, membro do NEPEC-UFPI.

⁵ Estudante de Comunicação Social da Universidade Federal do Piauí, membro do NEPEC.

⁶ Doutor em Comunicação e Cultura (ECO/UFRJ); Docente da Universidade Federal do Piauí; coordenador do NEPEC; orientador deste trabalho.



deu origem a um caso que recebeu cobertura mundial. No Brasil, os acontecimentos serviram principalmente para delinear o quanto as revistas semanais de informação podem tratar um fato de maneira diferente, como em *Veja* e *IstoÉ*. Estas diferenças estão relacionadas às ideologias de cada uma delas, expressas através das formações discursivas. Delineando e dirigindo-se aos seus leitores, as publicações mostram que, para atender ao perfil de seu público, elas adotam determinadas estratégias.

Para tal empreendimento, recorreremos aos conceitos de heterogeneidade enunciativa, na concepção de Authier-Revuz (1990); metáfora, com Fairclough (2001); formação discursiva, através das contribuições de Foucault (1969) e Pêcheux (1982) e invariante referencial, sob a concepção de Verón (2005). Ao longo das discussões sobre os diversos aportes conceituais, outros autores também contribuem, como Bakhtin (1997) e Magalhães (2003) na discussão sobre heterogeneidade enunciativa e formações discursivas.

Heterogeneidade Enunciativa

Para entendermos a heterogeneidade enunciativa de Authier-Revuz (1990) é preciso remetermos primeiramente para a polifonia de Bakhtin (1997). O autor define o termo como o discurso permeado por diversas vozes, onde estas existem de forma intencional ou não, em que o locutor faz emergir enunciados os quais ocorrem de maneira mais acentuada como atravessamentos, não remetendo a outras vozes.

O discurso jornalístico, por exemplo, é recortado por várias vozes, como as fontes que atuam como co-enunciadores no texto reforçam o imaginário de verdade sobre as informações transmitidas; o jornalista, indivíduo que apresenta no texto de forma intencional ou não os seus valores, crenças e cultura; o jornalista, instituição que reúne tanto os pontos de vista do leitor quanto da própria empresa de forma editorializada.

De acordo com Bakhtin (ibid), a polifonia consiste em um jogo teatral de vozes, o qual torna multidimensional a representação e sem recorrer a uma síntese cria uma tensão dialética instaurando uma organização própria do discurso. Este autor centra o estudo a respeito de polifonia sobre a obra de Dostoievski, designando-o como o criador do romance polifônico. Com isso, Bakhtin considera a prosa de Dostoievski não sujeita a esquemas históricos literários que geralmente se aplicam às manifestações do romance europeu. A originalidade na obra de Dostoievski, reside então:



[...] no fato de ter ele proclamado monologicamente o valor da individualidade [...] mas, em ter sido capaz de vê-lo em termos objetivo-artísticos e mostrá-lo como o outro, como a individualidade do outro, sem torná-la lírica, sem fundir com ela a sua voz e ao mesmo tempo sem reduzi-la a uma realidade psíquica objetificada. (ibid, p. 11).

O conceito de polifonia da obra de Dostoievski, segundo Bakhtin, inaugura uma dimensão democrática para o romance, ou mesmo, faz emergir aquilo que já se manifestava de forma latente nas obras literárias assinaladas pela “linguagem romanesca”. Desta forma, anular a possibilidade da polifonia é invalidar o diálogo e a reconstrução possível de sentidos, fechando o acesso ao que só poderia ser completado pelo enunciatário.

Bakhtin (1992) afirma que uma das bases da polifonia é a concepção de um todo constituído por uma multiplicidade de vozes em constante diálogo, internamente entre si, e por outro lado, ligando-se com discursos outros anteriores ou posteriores, através da possibilidade de réplica da característica responsiva ativa, aberta a qualquer palavra articulada.

Pensando em heterogeneidade enunciativa, Authier-Revuz (1990) sugere duas modalidades desta multiplicidade de vozes. A primeira, a heterogeneidade mostrada, inscreve o outro na seqüência do discurso através do discurso direto, indireto e indireto livre, das aspás, das ironias dentre outras formas. Por outro lado também existe a heterogeneidade constitutiva que se apresenta de maneira não-marcada no discurso, ou seja, constituída na identidade do sujeito pela cultura, família e outras relações sociais. Authier-Revuz define um paradoxo na heterogeneidade constitutiva, pois, “capta a ameaça de se desfazer a todo momento o que sujeito e discurso dão por feitos: no que se constitui e em que se constitui, por heterogêneo, lhe escapa.” (ibid, p. 33).

Deteremos-nos à heterogeneidade mostrada porque esta se refere ao discurso do outro presente na superfície do texto, facilitando a análise. Para Authier-Revuz (ibid) as formas de heterogeneidade mostrada trazem o outro para dentro do discurso. De maneira geral na construção do discurso o enunciador negocia a presença de outras vozes para dar maior credibilidade ao texto apresentado, ou mesmo, porque o discurso é atravessado por outros enunciadores que ajudam na construção do enunciado.

Na heterogeneidade mostrada existem as formas marcadas, como discursos diretos e indiretos e as não marcadas, como ironias e alusões. Authier-Revuz (ibid) explica que os aspectos particulares das formas marcadas de heterogeneidade mostrada,



se manifestam como formas de negação da heterogeneidade constitutiva. Isso acontece por conta de “uma espécie de compromisso precário que dá lugar ao heterogêneo e, portanto, o reconhece, mas para melhor negar sua onipresença. Elas manifestam a realidade desta onipresença precisamente nos lugares que tentam encobri-la.” (ibid).

Magalhães (2003) apresenta três formas marcadas e identificáveis da heterogeneidade mostrada em que a primeira, o discurso relatado, caracteriza-se pelo discurso direto onde o enunciador cita literalmente a fala de um outro; discurso indireto, neste o enunciador interpela o outro com a intenção de remeter a um sujeito crível para fornecer maior credibilidade ao discurso; citação das palavras do outro no qual este outro fala diretamente via aspas, itálico, glosas, remissivas, ajustamentos ou entonações específicas. A respeito das formas não marcadas o autor destaca a ironia, a alusão, a imitação, o implícito, o sugerido, o velado, dentre outras presentes no discurso indireto livre.

Metáfora

A metáfora é caracterizada por uma comparação abreviada, na qual um nome estranho é substituído por um nome próprio. Tal substituição é feita no intuito de facilitar o entendimento a partir de uma semelhança que há entre o nome estranho e o próprio. Isso pode ser verificado no seguinte exemplo: “Nenhum homem é uma ilha”. Neste enunciado, a palavra “ilha” vem designar o sentido de solidão, ou seja, “nenhum homem pode viver sozinho”.

Para a análise de discurso, uma das funções da metáfora é a estética, associada, principalmente, aos enunciados literários. No entanto, utilizadas nos discursos jornalísticos como recursos lingüísticos, as metáforas “não são apenas adornos estilísticos superficiais do discurso” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241) e nem servem somente para “enfeitar” os textos, mas têm a função de ajudar a exprimir o conteúdo ideológico presente em cada discurso.

Algumas construções metafóricas estão de tal forma tão efetivamente interiorizadas em uma sociedade, que “as pessoas não apenas deixam de percebê-las na maior parte do tempo, como consideram extremamente difícil escapar delas no seu discurso, pensamento ou ação” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Outra função da metáfora é a cognitiva. O poder explicativo das metáforas ajuda a diminuir a complexidade de determinadas informações, pois elas servem para



explicitar determinados aspectos da construção textual que, se ditos de outra maneira, poderiam apresentar-se confusos para os leitores.

É por isso que Fairclough (2001) admite que a cobertura midiática é moldada pelo uso constante da metáfora. Nos discursos da mídia, assim como em outros discursos, encontramos sentenças usadas metaforicamente como meio de expressar as mesmas condições-de-verdade que teriam se fossem utilizadas literalmente (FINGER, 1996).

Persuadir é mais uma função das construções metafóricas. As opiniões dos discursos políticos, morais, jurídicos ou midiáticos, são impostas através das metáforas para serem melhores aceitos. Como ela fornece uma analogia reunida por um juízo de valor concentrado, é grande o seu poder de persuasão diante do leitor. Neste caso, quanto mais a metáfora se apóia em um acordo preliminar e mais ela parece ser óbvia, mais seus efeitos manipuladores são importantes.

As metáforas deixam os textos mais atrativos para os leitores, à medida que contribuem para melhorar o entendimento de fatos que dificilmente seriam explicados de outra forma. A escolha de recursos lingüísticos apropriados para seduzir o leitor passa necessariamente pela escolha das construções metafóricas.

As metáforas imprimem aos discursos midiáticos uma maneira bem peculiar de expressar a realidade que a própria mídia constrói. Em muitos casos, é uma maneira singular, e em certa medida até sutil, de relatar fatos desagradáveis, embora façam parte da realidade social. Por isso, mesmo necessitando serem conhecidos pela opinião pública, se tornariam ainda mais cruéis se relatados sem a ajuda das construções metafóricas.

Não existe, portanto, texto jornalístico de grande impacto e/ou profundidade que se exima do uso das metáforas, pois “quando [...] significamos coisas por meio de uma metáfora e não de outra, estamos construindo nossa realidade de uma maneira e não de outra” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241).

Formações Discursivas

Foucault (1969) introduziu na obra *Arqueologia do Saber* o conceito de formação discursiva (FD) para configurar as unidades tradicionais de “ideologia”, “teoria” e “ciência” a fim de assinalar o conjunto de enunciados associados ao mesmo sistema de regras historicamente determinadas. Para o autor a FD se configura somente



“se se puder mostrar como qualquer objeto do discurso em questão aí encontra seu lugar e sua lei de aparecimento, se se puder mostrar que ele pode dar origem simultânea ou sucessivamente a objetos que se excluem sem que ele próprio tenha que se modificar.” (FOUCAULT, 1995, p.51).

O termo é adequado para a análise de discursos, pois Pêcheux no quadro teórico do marxismo althusseriano propõe que toda “formação social”, apontada por uma determinada relação entre classes sociais, sugere a existência de posições político-ideológicas organizadas em formações com relações de antagonismo, aliança ou dominação. Tais formações ideológicas inserem uma ou várias formações discursivas, ligadas entre si que determinam o que Pêcheux (1982) afirma serem as coisas que podem e devem ser ditas.

Segundo o autor, as palavras alteram os seus sentidos de acordo com os lugares sociais daqueles que as usam. Corroborando com as idéias de Pêcheux, Fairclough destaca:

[...] embora duas diferentes formações discursivas possam ter determinadas palavras ou expressões em comum, as relações entre essas e outras palavras e expressões diferirão nos dois casos, e assim também diferirão os sentidos dessas palavras ou expressões partilhadas, porque é sua relação com as outras que determina o seu sentido. (FAIRCLOUGH, 2001, p.52)

Observamos então que a formação discursiva está relacionada com o tempo, os lugares discursivos, os sujeitos da interlocução e, principalmente, com a formação ideológica. Sobre o assunto, Magalhães (2003) afirma que a formação discursiva é na verdade, a união de determinações históricas e culturais a partir das quais se produzem discursividades socialmente restritas como construtoras de identidades e produtoras de subjetividades.

Invariante Referencial

Para constituir determinados aspectos do corpus deste trabalho aplicamos um critério batizado por Verón de "invariante referencial". Os textos comparados neste estudo pertencem a dois semanários, que veiculam matérias sobre um mesmo evento da “atualidade”. Para o autor, esse critério é importante porque permite que as diferenças



verificadas na abordagem da temática não sejam atribuídas à modalidade de suporte de imprensa (já que são do mesmo tipo), mas às discursividades de cada revista.

Desta forma, descreve-se a seguir a invariante referencial deste estudo.

Corpus

Na noite de uma quinta-feira, 3 de maio de 2007, foi registrado o desaparecimento de uma menina de 3 anos que estava no seu quarto na companhia dos dois irmãos gêmeos, de dois anos. O caso aconteceu em Praia da Luz, que fica na região do Algarve, em Portugal. Inicialmente, a polícia acreditava que a garota, que se chama Madeleine McCann, tivesse saído sozinha pelo resort Ocean Club. No entanto, após investigações, chegou-se à conclusão de que havia acontecido um rapto.

Enquanto Madeleine dormia com os irmãos, seus pais (Kate e Gerry McCann) jantavam a cerca de 50 metros de distância com amigos em restaurante perto do Ocean Club. Os pais tinham um esquema de verificação das crianças: a cada 15 minutos um dos dois ia ao quarto para observar se as crianças estavam bem. Por volta de 21h45, Kate McCann retornou ao restaurante e comunicou que encontrou a cama de Madeleine vazia, porta e janela abertas. Os pais então chamaram a polícia às 22h. Funcionários e hóspedes do resort, em conjunto com a polícia, fizeram buscas até às 04h30.

Em 6 de maio a Polícia Judiciária, que são os investigadores portugueses, apontaram um suspeito e que a criança deveria estar viva na área do resort. Porém, dois dias depois, a Polícia Judiciária admitiu não ter certeza quanto ao estado de Madeleine. No dia seguinte, a Interpol (Polícia Internacional) lançou um alerta amarelo a todos os membros. Em 11 de maio, os policiais deixaram o local de investigação sem obter nenhum resultado. Dois dias depois, a polícia admitiu não ter qualquer suspeito. O único meio de investigação consistia em fotografias tiradas por turistas.

Ajuda e apelos por Madeleine

Em 16 de maio foi lançada uma campanha para arrecadar dinheiro, conhecido como Madeleine's Fund: Leaving No Stone Unturned, em Leicester. O fundo objetivava ajudar a família e continuar a investigação de forma independente. Na época a família declarou que quaisquer fundos adicionais seriam utilizados na procura de outras crianças desaparecidas.



Entretanto, na página do fundo é possível ter acesso também a uma loja patrocinada pelo casal McCann, onde são "vendidos" posters com a fotografia da criança, e pulseiras amarelas de recordação. Fato que levou alguns órgãos de comunicação a questionarem o aspecto comercial da campanha.

Familiares e celebridades pediram pela volta da menina inglesa. A família fez apelos dramáticos, via mídia, ressaltando que tinham esperanças de encontrar a garota. Além da família, também aderiram à campanha outros profissionais, como jogadores de futebol. Entre os jogadores o destaque vai para David Beckham que fez também um apelo público com cartaz de procura da menina.

Críticas

Em determinado momento da cobertura midiática os pais passaram a ser considerados suspeitos de assassinar Madeleine. A partir de então, passaram a ser criticados e até mesmo odiados pelas pessoas. A polícia portuguesa também foi bastante censurada por sua atuação, principalmente pelos atrasos na obtenção de evidências e provas forenses. Os críticos afirmavam que o local não fora devidamente isolado. Além disso, os especialistas britânicos ficaram surpresos pela ausência de pedidos de ajuda ou informações.

A partir das evidências coletadas, como marcas de sangue e a seringa no quarto do casal McCann, a polícia portuguesa passou a considerar os pais de Madeleine como suspeitos da morte na menina. Depois disso a mídia também passa a dar destaque para esta hipótese e descrédito aos pais da garota.

A abordagem da revista Veja

A análise discursiva das matérias jornalísticas de *Veja* e *IstoÉ*, que versam sobre o sumiço da menina inglesa Madeleine McCann, permite identificar através da heterogeneidade enunciativa, nas formas mostrada ou constitutiva e através do uso recorrente de recursos lingüísticos como as metáforas, o modo pelo qual as revistas assumem posicionamentos ideológicos diante do caso.

Na matéria “No limite do impensável” (*Veja*, ed. 2026), o texto, logo no início, utiliza um recurso lingüístico dominante, como a metáfora, para comparar o

desaparecimento da pequena Madeleine, do quarto de um resort em Portugal, a “um filme de mistério”. A formação discursiva sugere:

Os ingredientes de um filme de mistério estão todos aí: um jovem casal de profissionais bem-sucedidos de férias numa paradisíaca praia portuguesa. O desaparecimento inexplicável de sua filha, linda loirinha às vésperas de completar 4 anos. A polícia local [...] lança mão de *recursos científicos que lembram o seriado CSI*. Com tantos apelos, é natural que o destino da pequena Madeleine e de seus pais [...] tenha *eletrizado* as pessoas em escala global. Na semana passada, como se houvesse de fato *um roteirista nos bastidores desse drama da vida real*, as investigações sofreram uma reviravolta chocante. (SCHELP, 2007, grifos nossos).

Veja segue utilizando as metáforas para discorrer sobre a reviravolta do caso, quando os pais de Madeleine passaram a suspeitos pela morte e ocultação do corpo da própria filha. Para retratar o novo posicionamento da opinião pública frente ao casal de ingleses a revista afirma que desapareceu “a *nuvem de simpatia* que cercava o casal McCann” e que “o sentimento dominante passou a ser do tipo ‘*nunca confiei na história desses aí*’”. Para abordar, especificamente, as atitudes de Kate McCann, mãe de Madeleine, a matéria diz que o comportamento dela, considerado, a princípio, como “nobre, sereno e determinado”, com “a *virada da maré*, é visto como odiosa manifestação de frieza”, bem como que “os filhos já eram vistos por Kate como uma *carga pesada*”.

Isso revela como “as metáforas penetram em todos os tipos de linguagem e em todos os tipos de discurso” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 241), portanto, no discurso midiático as construções metafóricas, além do poder explicativo que possuem, ajudam na estruturação da realidade. Para a revista *Veja*, por exemplo, a comparação deixa os fatos menos complexos e faz com que tenham melhor poder de elucidação para os leitores, corroborando o pensamento do referido autor para quem a cobertura da mídia é moldada pela metáfora.

A revista *Veja* apresenta “pistas” (formações discursivas) que revelam posturas ideológicas favoráveis à confirmação das suspeitas que recaem sobre os pais de Madeleine, evidentes através da heterogeneidade constitutiva, que pode ser considerada um entrelaçamento de vários textos em um só. Dentro da heterogeneidade constitutiva, o discurso se constitui a partir de um debate com o outro, mesmo sem uma presença visível, como uma citação. Ao longo do texto, é lançada uma primeira pergunta: “E se tudo não passar de farsa?”, referindo-se ao dinheiro arrecadado pelos pais da menina



para ajudar nas buscas. E depois surge o segundo questionamento: “Por que a demora?”, para tratar da espera do casal inglês para chamar a polícia.

Tal posicionamento ideológico da revista fica patente também através da heterogeneidade mostrada, que se revela na superfície do discurso, à medida que *Veja* “dá voz” a Antônio de Pádua Serafim, coordenador do Núcleo de Psiquiatria e Psicologia Forense da Universidade de São Paulo, quando este afirma que “a frieza demonstrada pelo casal só se costuma ver em país que não nutrem nenhum afeto pelos filhos”. A fala de uma autoridade no assunto exime a revista de assumir sozinha um lado da questão, mas confere credibilidade e avaliza os posicionamentos do veículo.

A análise discursiva da matéria de *Veja* permite inferir que a revista possui um caráter voltado para um público com maiores capitais econômico e cultural. Essas características podem ser comprovadas levando em conta os seguintes aspectos:

a) Quando narra o sumiço de Madeleine fazendo analogia a uma série americana que versa sobre investigações criminais, *Veja* exige que seu leitor seja também consumidor dessa produção cinematográfica, que não é disponível para o público em geral;

b) *Veja* recorre ao discurso de autoridades na área policial, a fim de adquirir maior credibilidade de seu público, que possui maior formação intelectual e não se conformaria em ler uma matéria feita apenas com depoimentos de populares, como acontece em *IstoÉ*. Observe o exemplo a seguir:

Quando finalmente mudou de rumo, praticamente todas as evidências forenses já estavam degradadas. “Essa é a investigação de maior repercussão de que já participei na minha carreira. Perto de 10% de nosso contingente foi mobilizado nas buscas”, disse a *VEJA* Olegário Sousa, inspetor chefe da Polícia Judiciária portuguesa. (SCHELP, 2007, grifos nossos).

Os termos em destaque, empregados na matéria de *Veja*, evidenciam a importância dada pelo semanário ao uso do discurso de autoridade: o inspetor chefe da Polícia Judiciária portuguesa fez a afirmação à revista *Veja*, não a outro veículo. Não seria necessário dizer que a afirmação foi feita à publicação, uma vez que, utilizada na matéria, é oriunda de uma entrevista.

A assimetria é outra característica de *Veja*, verificada através do emprego do discurso pedagógico. A revista utiliza um quadro com o título “Os principais suspeitos” apresentando um resumo do acontecimento e apontando aspectos que podem levar a



incriminar ou não o casal McCann. Tal atitude do semanário implica no fato de que o mesmo é detentor de maior conhecimento e poder de simplificação dos acontecimentos para o leitor, sendo capaz até mesmo de apontar pistas que indicam a culpa ou a inocência de um suspeito.

Outra particularidade do discurso de *Veja* é a abordagem internacional. Na matéria publicada sobre o desaparecimento de Madeleine a revista narra os acontecimentos como se fizessem parte da realidade do leitor brasileiro. O semanário não cita nenhum caso semelhante ocorrido no país e publica a matéria na editoria de assuntos internacionais. Em *IstoÉ*, diferentemente, a referência ao caso Madeleine recebe menos importância, se dando apenas como gancho para tratar de casos brasileiros de desaparecimentos de crianças.

A abordagem da revista IstoÉ

Na mesma data em que *Veja* publica a matéria “No limite do impensável” (19 de setembro de 2007), a revista *IstoÉ* veicula uma nota de dois parágrafos sobre o desaparecimento de Madeleine McCann. A nota informa sobre novos fatos relacionados ao assunto, como o aparecimento de indícios contra os pais da criança, que a princípio eram apenas suspeitos.

O caso Madeleine é novamente citado em *IstoÉ* em 26 de setembro de 2007, mas apenas como gancho para uma matéria que trata de casos de desaparecimento no Brasil. O abandono de uma menina chinesa de três anos, Qian Xun Xue, também é empregado com a mesma função. A heterogeneidade mostrada aparece aí como uma estratégia discursiva da revista, verificada através de quadros que trazem para dentro da narrativa fatos exteriores ao contexto.

Na edição, *IstoÉ* critica a importância dada aos casos internacionais e o esquecimento aos fatos ocorridos no Brasil. A matéria do dia 26 de setembro, com título “País dos desaparecidos”, tem como personagem principal a mãe do um menino brasileiro Willyan Ferreira Vital, de dois anos, que foi levado pelo pai, Lúcio Benevides, e nunca voltou para casa. O pai, um pastor evangélico e ex-presidiário por homicídio, suicidou-se uma semana antes que a mãe do menino, Ana Paula Ferreira, chegasse com ordem judicial garantindo a guarda da criança. No dia anterior ao suicídio, Lúcio teria dito à família ter entregue Willyan a uma “irmã da igreja”.



Logo na linha fina da matéria, é possível perceber o posicionamento de *IstoÉ* a respeito da importância dada ao caso Madeleine e ao da chinesa: “A menina que sumiu em Portugal e a abandonada na Austrália mobilizam a opinião pública mundial. No Brasil, isso é rotina e ninguém liga”.

A tentativa de dar maior visibilidade ao caso brasileiro está ligada à formação discursiva de *IstoÉ*, caracterizada por ter um discurso mais popularizado. Diferentemente de *Veja*, que prioriza o emprego de discursos de autoridades, *IstoÉ* traz a voz de pessoas que vivenciaram a situação narrada pelo semanário. Essa particularidade da revista já pôde ser verificada em outro estudo, que analisa os discursos de *Veja* e *IstoÉ* durante a cobertura do referendo das armas ocorrido no Brasil em 2006:

Observa-se na leitura da matéria de *ISTOÉ* que há um embasamento emocional expressivo, pois utiliza depoimentos de pessoas comuns que vivenciaram situações envolvendo armas de fogo. A própria revista reconhece esse fato: “Nas páginas a seguir, *IstoÉ* apresenta sete razões para se optar pelo Sim – ou seja, pela proibição – e mais sete para se optar pelo Não – ou seja, pela manutenção da venda de armas e munições. Não são razões comuns, mas sustentadas pelo testemunho de 14 pessoas que tiveram suas vidas radicalmente alteradas quando um gatilho foi acionado. São histórias quase sempre dramáticas que emolduram posições surpreendentes, aparentemente contraditórias, mas sempre elucidativas”. Ao contrário, *VEJA* apela para uma razão instrumental, ou seja, emprega falas de autoridades, dados estatísticos e pesquisas sobre outros referendos. A razão serve aí como mais um recurso para persuadir o leitor de *VEJA*, e não simplesmente para informar. (SOARES; CARVALHO, 2006, p. 11)

No estudo, as autoras concluem que as particularidades dos semanários podem ser vinculados às estratégias discursivas com intuito de conquistar a adesão do leitor de cada uma das publicações, possuidor de características diferenciadas.

Considerações finais

A partir da análise das formações discursivas em *Veja* e *IstoÉ*, durante a repercussão do caso do sumiço da menina Madeleine McCann, é possível chegar à conclusão de que as revistas possuem características próprias, embora tratem do mesmo tema. As formações discursivas revelam posicionamentos ideológicos e a identidade de cada suporte de imprensa.



Desta forma, pode-se afirmar que o discurso de *Veja* é elitizado, com ênfase na assimetria, possui uma abrangência mundial do tema publicado e é mais sofisticado em relação ao discurso de *IstoÉ*. Percebe-se este fato, inclusive, pelo próprio uso de recursos lingüísticos específicos como as metáforas. O discurso é caracterizado como elitizado pelas alusões à série de TV CSI, disponível apenas para uma reduzida parcela da população. Além disso, ela publica mais discursos de autoridades a fim de dar maior credibilidade aos enunciados, pois, dificilmente, seu público aceitaria discursos que valorizam as vítimas desconhecidas, como ocorre em *IstoÉ*.

Veja propõe ao leitor uma abrangência mundial, na medida em que trata somente do fato específico do desaparecimento de Madeleine. Diferentemente, *IstoÉ* usa o caso apenas para chamar a atenção para o sumiço de crianças no Brasil, dando mais importância ao aspecto local. Assim, uma das características de *IstoÉ* consiste em valorizar os que passam pela situação de ter um filho desaparecido no Brasil. O discurso em *IstoÉ* pode ser considerado mais popular que em *Veja* por buscar se aproximar mais do leitor, através de um apelo emocional.

Referências

AUTHIER-REVUZ, J. **Heterogeneidade(s) enunciativa(s)**. Cadernos de Estudos de Lingüística, Campinas, n. 19, p. 25-42, jul./dez. 1990.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1992. (Coleção Ensino Superior).

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1997.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

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

FINGER, I. **Metáfora e significação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.

MAGALHÃES, F. L. J. **Veja, IstoÉ, leia: a imagem e a imagem nos discursos de capa das revistas Veja e IstoÉ; produção e disputas de sentido nos episódios de Paulo César Farias e Suzana Marcolino**. Teresina: EDUFPI, 2003.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes / UEC, 1997.

SOARES, F. D. D.; CARVALHO, M. S. de. **Veja e IstoÉ: estratégias discursivas nas disputas de sentido**. I EnMel - I Encontro do Mestrado em Letras, Teresina, dezembro de 2006. 1 CD – ROM.