



A construção de identidades discursivas em textos sincréticos: *IstoÉ x Veja, Dilma x Serra*

Ricardo Lopes Leite *

Susy Anne Almeida Cabral **

Resumo: O presente artigo tem por objetivo analisar, à luz da semiótica greimasiana, a construção de identidades discursivas dos ex-presidenciais Rousseff e Serra em capas das revistas semanais *VEJA* e *IstoÉ*. Por identidade discursiva compreendemos a “imagem-fim” construída dialogicamente com base nos simulacros que os textos fornecem, tanto de seu enunciador, quanto de seu enunciatário. Trata-se, portanto, de uma identidade advinda e resultante do discurso. Do ponto de vista semiótico, as capas de revista são textos sincréticos em que se manifesta um efeito enunciativo global resultante da articulação de mais de uma linguagem no plano da expressão. Visto que as capas servem como porta de entrada para a manipulação, interessa-nos investigar como, nesses textos, categorias plásticas do plano da expressão articulam-se com categorias do plano do conteúdo para simular as identidades dos candidatos. Supomos que essa articulação cria um jogo de imagens que pode revelar, nas escolhas do enunciador, a euforização ou disforização da imagem de um candidato em detrimento de outro.

Palavras-chave: semiótica, textos sincréticos, identidade discursiva

Introdução

É consabido que a esfera midiática constitui campo de presença onde se desenvolvem relações intersubjetivas de manipulação. Se pensarmos os veículos de comunicação como enunciadores, cujo *fazer persuasivo* consiste, dentre outras coisas, na criação de jogos de imagens que produzem um efeito de verdade que pode levar o enunciatário (leitor) a aderir a um determinado ponto de vista, podemos afirmar que revistas como *VEJA* e *IstoÉ* assumem o papel de destinadores-manipuladores, desde que o leitor, por um contrato fiduciário anterior, se coloque na condição de destinatário-manipulado. Somente assim é que se criam as condições mínimas para a persuasão. No entanto, esse contrato está na dependência direta da imagem de si construída pela revista, que deverá se mostrar competente para *informar*, ou seja, equipada com o poder/saber-fazer-saber, o que depende de um fazer crer, em primeira instância.

Visto que as capas de revista servem como porta de entrada para a manipulação, cumpre indagar de que modo esse texto sincrético articula categorias de ordem plástica do plano da expressão com categorias do plano do conteúdo na composição das identidades discursi-

vas dos presidenciais Rousseff e Serra. Presumimos que essa articulação cria um jogo de imagens que aumenta a força persuasiva do texto *capa de revista* e, conseqüentemente, pode revelar, nas escolhas do enunciador, a euforização ou disforização da imagem de um candidato em detrimento de outro.

A despeito da complexidade de análise da dimensão plástica do plano da expressão, recentemente, vários estudos em semiótica discursiva, fundamentados, sobretudo, nas ideias de Floch, têm analisado essa articulação de linguagens em inúmeros objetos semióticos, como histórias em quadrinhos (Pietroforte, 2012; Discini, 2009), cartazes de filmes (Teixeira, 2009) e videoclipes (Monteiro, 2009), entre outros. No entanto, não são muitos ainda os trabalhos que, valendo-se das propostas de análise de textos sincréticos, abordam exclusivamente capas de revista, apesar de sua força argumentativo-persuasiva. Tampouco, tratam da questão da construção de identidades discursivas em textos sincréticos, objetivo deste artigo.

* Universidade Federal do Ceará (UFC). Endereço para correspondência: (rleite@ufc.br).

** Universidade Federal do Ceará (UFC). Endereço para correspondência: (salmeidacabral@gmail.com).

1. O conceito de identidade em semiótica discursiva

Greimas e Courtés (2011, p. 252) definem identidade em oposição à alteridade, isto é, ambos os conceitos são interdefiníveis, de modo que não se tem acesso a um sem o outro. Segundo os autores, o conceito de identidade presta-se à designação do “princípio de permanência que permite ao indivíduo continuar o ‘mesmo’, ‘persistir no seu ser’, ao longo de sua existência narrativa, apesar das modificações que provoca ou sofre”. É por meio dos “procedimentos de anaforização”, pela recorrência de traços do conteúdo, que constatamos esse princípio de permanência, bem como a *identificação*³ de um ator no decurso de sua existência discursiva.

O conceito em tela pode ainda ser concebido como *imagem-fim*, a qual, segundo Saraiva (2008, p. 12), se dá a conhecer através da “recorrência do dizer, no dito, sobretudo quando ela se constrói dialogicamente com base nos simulacros que os textos fornecem, tanto de seu enunciador, quanto de seu enunciatário”. Trata-se, portanto, de uma *identidade discursiva*, advinda e resultante do discurso.

Por simulacro, entendemos “o tipo de figuras, com o componente modal e temático, por meio das quais os actantes da enunciação se deixam mutuamente apreender, uma vez projetados no quadro do discurso enunciado” (Greimas; Courtés, 2011, p. 206). Sendo assim, ao voltar-se para a interação subjetiva própria dos actantes da comunicação e para as imagens-fim que eles se dão de suas competências respectivas, o conceito de simulacro passa a englobar também as imagens-fim dos actantes do enunciado, uma vez que essas nada mais são do que desdobramentos das projeções da enunciação no enunciado.

Desse modo, ao enunciar, os enunciadores constroem simulacros de sua identidade, bem como a de quem ou de que se fala. Logo, se aos magazines *VEJA* e *IstoÉ* competem o papel de enunciador, aos leitores compete o de enunciatário — e ambos, como se sabe, compõem o sujeito da enunciação. Semelhantemente, na instância do enunciado, temos, respectivamente, narrador e narratário, assim como, havendo delegação de voz a personagens por parte do narrador, temos interlocutor e interlocutário. Como veremos adiante, nas capas que analisamos, cabem a Rousseff e Serra o papel de interlocutores, enquanto o leitor ocupa o papel de interlocutário. O leitor, assim, sincretiza três papéis actanciais: o de enunciatário, o de narratário e o de interlocutário.

Esses simulacros são criados, na linguagem verbal, sobretudo, pelos mecanismos enunciativos de breagem: a debreagem e a embreagem. A debreagem é definida,

segundo Fiorin (2008), como a operação de disjunção do sujeito, do espaço e do tempo da enunciação e a projeção no enunciado de um *não eu*, um *não aqui* e um *não agora*. Por meio dela, são instaurados, no enunciado, um sujeito, um lugar e um tempo da enunciação. Daí podermos falar em debreagem actancial, temporal e espacial.

A teoria semiótica distingue ainda a debreagem enunciativa da debreagem enunciativa. A primeira cria o efeito de sentido de subjetividade, pois instaura “no enunciado os actantes da enunciação (*eu/tu*), o espaço da enunciação (*aqui*) e o tempo da enunciação (*agora*) [...]”. A segunda propicia o efeito de sentido de objetividade, visto que instala “no enunciado os actantes do enunciado (*ele*), o espaço do enunciado (*algures*) e o tempo do enunciado (*então*)” (Fiorin, 2008, p. 25-26). Conforme podemos observar, o mecanismo de debreagem consiste em pluralizar a instância de discurso, a fim de que possa comportar, ainda que virtualmente, uma infinidade de espaços, tempos e atores.

Ao contrário da debreagem, que expulsa da instância da enunciação os termos categóricos (atores, tempo e espaço) do enunciado, a embreagem consiste em um:

[...] efeito de retorno à enunciação, produzido pela suspensão da oposição entre certos termos da categoria da pessoa e/ou do espaço, e/ou do tempo, bem como pela denegação da instância do enunciado (Greimas; Courtés, 2011, p. 159-160).

Com isso, produz-se a impressão de identificação entre as categorias de pessoa, espaço e tempo do enunciado e da enunciação. Temos uma embreagem actancial quando ocorre uma neutralização da categoria de pessoa (por exemplo, quando o próprio presidente da República diz “O presidente da República não mede esforços para preservar a democracia”, há uma neutralização da oposição eu/ele). Na embreagem temporal temos a neutralização da categoria de tempo (por exemplo, quando neutralizamos a oposição entre pretérito perfeito e presente do indicativo). Já na embreagem espacial, neutraliza-se a categoria de espaço (como exemplo, temos a utilização do verbo “vir”, que remete ao espaço da enunciação: “Todos os reis responderam [...] que eles teriam muito prazer de vir ao Congresso”).

É importante lembrar que todo ato embreante pressupõe uma debreagem, que lhe é logicamente anterior. Segundo Greimas e Courtés (2011, p. 160), “é impossível conceber a embreagem total; ela equivaleria a apagar toda marca do discurso, seria a volta ao inefável”.

Nessa altura, convém deixar claro que, ao falarmos de identidade ou imagem discursiva, não nos

³Uma das fases do fazer interpretativo do enunciatário, em que ele identifica o universo do discurso (ou parte dele) com seu próprio universo de valores e crenças.

referimos, diretamente, ao conceito de *ethos*, empregado na Análise do Discurso de linha francesa, definido, consoante Charaudeau e Maingueneau (2008, p. 220), como “a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário”. A razão é simples: a Análise do Discurso trabalha com as noções de *ethos* prévio ou pré-discursivo, considerando elementos extratextuais ou extradiscursivos, o que infringe as opções metodológicas da semiótica greimasiana, que prefere analisar o *ethos* como um modo de presença de um sujeito que discursa e redundando em traços recorrentes de conteúdo e expressão e que produz um efeito de individualidade, como defende Discini (2009).

É preciso esclarecer também o uso que fazemos do termo *imagem*. Greimas e Courtés (2011, p. 254) afirmam que, “em semiótica visual, a imagem é considerada uma unidade de manifestação autossuficiente, como um todo de significação, capaz de ser submetido à análise”. Considerando-se isso, desdobra-se daí o conceito de imagem para a semiótica planar, que corresponde a um texto-ocorrência, analisável como objeto semiótico. Seguindo, então, tal raciocínio, o conceito de imagem da semiótica planar corresponde à instauração de conotação veridictória, ou seja, à instauração do efeito de realidade, componente de um “faz de conta” textual. Quando dizemos, portanto, que *VEJA e IstoÉ* conferem uma determinada imagem a Rousseff e Serra, não nos referimos a uma fotografia dos presidenciáveis de 2010 e não a entendemos, segundo Pietroforte (2012, p.33), como “aquilo que se pode ver”. Trata-se de imagem do conteúdo, da criação do efeito de ilusão referencial ou de conotação veridictória referido acima, que, operado por um enunciador, tem por fim manipular o enunciatário para um dado fazer. A imagem confere, então, ao todo textual um /parecer-ser/ verdadeiro, autorizando-o perante seu leitor.

2. O texto sincrético

Greimas e Courtés (2012, p. 467), apoiados em Hjelmlev, definem sincretismo “como o procedimento (ou seu resultado) que consiste em estabelecer, por superposição, uma relação entre dois (ou vários) termos ou categorias heterogêneas, cobrindo-os com o auxílio de uma grandeza semiótica (ou linguística) que os reúne”. Os semioticistas esclarecem que semióticas sincréticas são aquelas “que — como a ópera ou o cinema — acionam várias linguagens de manifestação; da mesma forma, a comunicação verbal não é somente de tipo linguístico [...]”, mas constituída também de elementos paralinguísticos⁴.

Floch (1985), com o intuito de deixar a conceituação mais clara e precisa, declara que “as semióticas sin-

créticas constituem seu plano de expressão — e mais precisamente a substância do seu plano de expressão — com elementos que dependem de várias semióticas heterogêneas”. Para ele, esse tipo de semiótica constitui um todo de significação, de modo que há um único conteúdo e diferentes substâncias da expressão.

Fiorin (2009, p. 38) afirma que o que se tem, de fato, é uma enunciação sincrética, isto é, “uma estratégia global de comunicação, que se vale de diferentes substâncias para manifestar, na textualização, um conteúdo e uma forma da expressão”. Daí o autor preferir utilizar o termo texto sincrético em vez de semiótica sincrética.

Com base nisso, vê-se que o texto sincrético constitui-se pela relação, no plano da expressão, de elementos heterogêneos (o linguístico, o cromático, o pictórico etc.), advindos de linguagens distintas, compondo uma única grandeza semiótica final. Dito de outro modo, o sincretismo ocorre quando a forma da expressão gera um efeito de indistinção e sinaliza a ausência de oposição entre as linguagens, resultando em um efeito enunciativo único.

No texto sincrético, portanto, o enunciador, apoiado no que quer comunicar ao enunciatário, ordenará seu texto de modo que todas as linguagens ali presentes — verbais ou não — se articulem para gerar um único efeito de sentido resultante da combinação dos elementos das várias linguagens, indistintamente.

Vários estudos em semiótica têm explorado, com base, especialmente, nas ideias de Floch, os efeitos de sentido produzidos no plano da expressão de textos verbovisuais, apesar de sua complexidade. Teixeira e outros autores (2009), por exemplo, apresentam propostas de análise da dimensão plástica da expressão que levam em conta as figuras e os temas difundidos verbovisualmente no discurso, as categorias topológicas, eidéticas e cromáticas do plano de expressão plástica, a articulação entre os dois planos da linguagem, a tensividade presente no texto e a estratégia global de comunicação. De acordo com esses autores, por meio de figuras e temas pode-se depreender a organização sêmio-narrativa do texto, concebido como um todo de significação organizado internamente, enquanto as categorias topológicas, eidéticas e cromáticas, por seu turno, permitem-nos considerar, respectivamente, a disposição espacial dos elementos no suporte planar do texto, as retas e/ou linhas que se estabelecem entre os distintos elementos do todo e as cores do texto. A partir das relações entre todos esses elementos, podemos fazer considerações atinentes ao modo como a estratégia de enunciação sincrética é tecida no texto sincrético.

Greimas (2004, p. 87-88) atenta para o fato de que a diferença entre categorias plásticas cromáticas,

⁴“Consideram-se paralinguísticas grandezas do domínio das semióticas não linguísticas, produzidas em concomitância com as mensagens orais ou gráficas das línguas naturais. (Greimas: Courtés, 2011, p. 360)

topológicas e eidéticas de um texto não residem na materialidade do significante, ou seja, na substância, mas na sua apreensão relacional, isto é, “na função que o leitor atribui a este ou àquele termo com relação aos demais”. Diz ainda o semiótico que essa articulação não esgota a análise da dimensão plástica do plano da expressão, pois da combinação dessas unidades mínimas podem surgir configurações mais complexas que constituem uma verdadeira “trama”, que se revela por meio de tensões e de isotopias na superfície construída.

Vale ressaltar que no texto sincrético podem ocorrer ainda relações semissimbólicas entre os planos da linguagem. Nesse caso, a significação se dá pela corre-

spondência de categorias e não de elementos isolados. Em outras palavras, “os dois termos de uma categoria do significante podem ser homologados àqueles de uma categoria do significado (Floch, 1985, p. 14-15)⁵”.

3. A construção da identidade discursiva em capas de revista

Para analisarmos como a articulação de linguagens verbal e não verbal cooperam para a construção das identidades dos presidentiáveis Rousseff e Serra nas capas das revistas *VEJA* e *IstoÉ*, selecionamos duas capas desses magazines. Uma, da *VEJA*, publicada em 09 de outubro de 2010, e outra, da *IstoÉ*, publicada em 20 de outubro de 2010 (ver Figura 1).



Figura 1

Edição 2186 de *VEJA* e edição 2136 de *IstoÉ*

Inicialmente, o que nos chama a atenção é a semelhança entre as duas capas, no que diz respeito à disposição dos elementos que as compõem. Vemos que as capas são divididas em dois retângulos de igual tamanho, um em oposição ao outro, nos quais há uma fotografia e uma citação de cada presidentiável.

Em termos topológicos, recebem destaque os retângulos vermelho e azul, localizados no alto da capa. Tal disposição planar parece indicar, de partida, uma escolha do enunciador para manipular o leitor, uma vez que é preciso virar a revista para que se possa ler bem

o que está escrito no retângulo inferior. Além disso, os retângulos superiores chamam mais a atenção dos leitores porque são coloridos, ao contrário dos retângulos inferiores, brancos. Sendo assim, o que está na parte superior da capa é lido em primeiro lugar; o que está na parte inferior, em segundo.

Além disso, a disposição topológica dos elementos das capas promove o jogo da veridicção. Os enunciadores querem fazer os enunciatários lerem os retângulos superiores como verdadeiros. Várias são as estratégias para que se estabeleça esse jogo de verdade

⁵“Les deux termes d’une catégorie du signifiant peuvent être homologues à ceux d’une catégorie du signifié”.

ou mentira. Começamos com o retângulo vermelho de Dilma Rousseff, onde lemos: “Acho que tem de haver a descriminalização do aborto. Acho um absurdo que não haja.”. Abaixo da citação lê-se: “**Dilma Rousseff**, em 04 de outubro de 2007”. Na capa de José Serra, o retângulo priorizado apresenta o seguinte enunciado: “Não sei quem é Paulo Preto. Nunca ouvi falar.”, abaixo do qual consta: “**José Serra**, no dia 11 de outubro, sobre Paulo Vieira de Souza, acusado de desviar R \$ 4 milhões da campanha do PSDB”.

Em termos enunciativos, ocorre uma debreagem enunciativa actorial, em que dois *eles*, Dilma e Serra, são apresentados aos leitores. A estes eles os enunciadores *VEJA* e *IstoÉ* delegam voz, por meio da debreagem enunciativa actorial de segundo grau, o que confere um efeito de objetividade e imparcialidade para as revistas. Claro está que se trata de uma fala delegada pelas revistas, extraída do seu contexto original. As revistas, por meio de tal estratégia, querem fazer os leitores crerem que a Dilma *verdadeira* é a Dilma a favor do aborto, enquanto o Serra *verdadeiro* é o Serra mentiroso. Isso é reforçado nos retângulos coloridos pela debreagem enunciativa actorial interna presente nas falas dos dois presidentes, marcada pelas expressões em primeira pessoa “eu acho” e “não sei”.

No que diz respeito aos retângulos brancos, temos, ao contrário do retângulo vermelho, Rousseff expressando sua postura contra a descriminalização do aborto, porque o considera uma violência. Serra, por sua vez, afirma, no quadro em azul, não conhecer Paulo Preto, para, em seguida, assegurar, no quadro em branco, que evidentemente “sabia do trabalho do Paulo Souza”, que é muito competente.

Temos aqui os enunciadores lançando a suspeição sobre os actantes do enunciado e, conseqüentemente, gerando a dúvida no enunciatário. Em outros termos, *VEJA* e *IstoÉ*, ao apresentarem citações divergentes dos presidentes, estabelecem uma tensão entre verdade e mentira ou, se preferirmos, entre o *ser* e o *parecer*. O enunciatário é, então, instado a julgar a verdade do discurso de Rousseff e Serra, uma vez que não se sabe de antemão qual das duas faces está sob a égide do *parecer* ou do *ser*.

Cabe também aos elementos da dimensão cromática das capas em análise, ao lado dos elementos já abordados, deixar patente que a imagem de imparcialidade de *VEJA* e *IstoÉ* é apenas aparente. Considerando o primeiro quadro, vemos que a foto de Rousseff está diluída no vermelho do plano de fundo do retângulo, o que nos leva a supor uma integração entre o actante do enunciado e o significado desse vermelho. A cor vermelha nesse texto remete ao tema do aborto, citado no enunciado de Rousseff nesse retângulo, na medida em que figurativiza, por implicação (se aborto,

então sangue), o sangue. Contudo, há outra isotopia tecida por essa integração de elementos verbais e não verbais, a saber, a do discurso político, construída pela relação metonímica entre Rousseff e o Partido dos Trabalhadores, que se identifica historicamente com a cor rubra, de tal modo que o leitor, valendo-se de uma “competência interdiscursiva” (Fiorin, 2010, p. 33)⁶, relacionaria o vermelho da capa ao vermelho dos movimentos esquerdistas. Assim, ele faria da opinião da então presidente a opinião de um partido inteiro.

Percebe-se, assim, que o enunciatário *VEJA* constrói uma imagem negativa para aquela que institui como sua interlocutora, pois, por meio dos elementos plásticos mencionados, “imerge-a” em sangue, valendo-se para isso também do fato de que, segundo *VEJA*, ela própria afirma ser “um absurdo” não haver a descriminalização do aborto. A segunda hipótese, que se refere à postura de um partido inteiro, pode ser também mantida em virtude de a esquerda, além de simbolizada pela cor vermelha, tradicionalmente lutar para que o aborto seja descriminalizado e legalizado. De toda forma, a articulação de elementos plásticos e verbais produz uma imagem disfórica de Rousseff.

No retângulo inferior, a imagem de Rousseff está sobre o fundo branco, o que revela uma não integração entre a imagem dela e a cor branca. Expressa-se desse modo um distanciamento entre a imagem de Rousseff e sua opinião contra o aborto, que, dessa vez, é tido como violência. Com isso, reforça-se, também, no segundo quadro, a posição da candidata a favor do aborto, mas também a neutralidade da revista acerca de sua opinião sobre o tema.

Diferenciando-se da capa de *VEJA*, a foto de Serra não está imersa no azul do plano de fundo do retângulo, apresentando-se distinta também do plano de fundo branco, no retângulo inferior. De modo semelhante, somos levados a considerar o azul do texto como uma referência ao partido de Serra, Partido da Social Democracia Brasileira. Assim sendo, aparentemente, não seria possível falar em integração total entre Serra e seu partido, bem como entre Serra e a verdade de sua afirmação presente no quadro inferior.

É de se notar, porém, que, no quadro em que se pode cogitar uma ligação entre o presidente e seu partido, Paulo Vieira de Souza é referido como Paulo Preto — um apelido, portanto —, que Serra alega não conhecer. No retângulo inferior, alude-se à mesma figura por seu nome, Paulo Souza. Presumimos que o partido se faça presente na declaração “Não sei quem é Paulo Preto. Nunca ouvi falar”, exatamente por meio do uso da alcunha Paulo Preto. Serra, apresentado de modo distinto do partido, utiliza-se de um nome que, supostamente, não é conhecido por ele, uma vez que em situações formais, como as negociações

⁶Para Fiorin (2010), a competência interdiscursiva diz respeito à heterogeneidade constitutiva do discurso. O autor inclui nessa competência as chamadas competências cultural e ideológica.

políticas, espera-se que apelidos não sejam utilizados. Aparentemente, o interlocutor, por meio do suposto desconhecimento do apodo, quer fazer o interlocutário crer numa identidade discursiva de presidenciável de fato. Assim, o plano da expressão do quadro superior beneficia, na verdade, Serra, pois, ainda que o enunciário impute ao partido o evento corrupto, poderá, sob efeito da expressão plástica que distingue Serra do partido, isentá-lo da corrupção mencionada. Por extensão, porém, beneficiar Serra implica beneficiar o partido. Tal hipótese, julgamos, é homologada pelo uso, no retângulo com plano de fundo branco, do nome Paulo Souza, não mais Paulo Preto, que Serra usa para referir-se a “uma pessoa muito competente” e de cujo trabalho ele evidentemente sabia.

Em contrapartida, o rosto de Serra aparece como que dividido, tendo seu lado mais externo, em ambas as fotos, mais escuro que o lado interno, mais próximo das citações. Assim, traçando uma linha imaginária vertical no rosto do então presidenciável, teremos um lado embranquecido e outro, enegrecido; teremos, *grosso modo*, “duas caras”. Atentando para as cores das fontes das citações — preto e branco —, veremos que cada uma delas corresponde a um dos lados, ou seja, a imagem de Serra é identificada com posicionamentos duplos, aos quais ele recorre, de acordo com o texto, segundo a conveniência, ainda que isso implique mudar de posição de um dia para o outro, como se lê na descrição da situação comunicativa.

Em termos narrativos, as publicações em apreço cumprem o papel de sujeito do fazer e destinador-manipulador. Há um sujeito do fazer que *quer-fazer* o sujeito de estado entrar em conjunção, por meio da compra e/ou leitura da revista, com o objeto-valor *saber*, já que quer que o sujeito de estado saiba que os presidenciáveis pronunciaram-se contraditoriamente e creia na carga ideológica subjacente à manipulação de tais afirmações não condizentes entre si. Para isso manipulam os enunciários por tentação e sedução.

Atentemos ainda para os nomes das revistas, *VEJA* e *IstoÉ*. No primeiro caso, temos o verbo *ver* conjugado no imperativo, o que em termos enunciativos estabelece interlocução com o enunciário. A expressão *isto é*, por sua vez, é empregada “para explicar ou retificar o que foi dito anteriormente” ou ainda para “dar uma explicação ou esclarecimento”⁷. Assim, fica clara a postura argumentativa dos enunciadores, que constroem por meio de seus títulos a imagem da competência, ou melhor, a identidade discursiva de doadores de competência, fazendo os enunciários crerem que podem *ver* a “verdade”, *isto é*, compreendê-la pelas capas dos magazines.

É de se mencionar que, em ambas as capas, as

logomarcas situam-se sobre a imagem de Rousseff e Serra. Tal fato nos permite afirmar que essa expressão tem por fim transmitir o conteúdo de que a revista não toma parte no fato relatado. Constrói-se a partir desse recurso o simulacro da neutralidade, da confiabilidade.

Considerando mais detidamente os quadros em branco, lemos a seguinte citação de Rousseff: “Eu, pessoalmente, sou contra. Não acredito que haja uma mulher que não considere o aborto uma violência.”. Acima desse enunciado lê-se: “**Dilma Rousseff**, em 29 de setembro de 2010”. Na capa de *IstoÉ*, temos: “Evidente que eu sabia do trabalho do Paulo Souza, que é considerado uma pessoa muito competente”. A exemplo da capa de *VEJA*, lê-se acima da citação de Serra: “**José Serra**, no dia 12 de outubro, sobre Paulo Vieira de Souza, acusado de desviar R \$ 4 milhões da campanha do PSDB”.

Se analisarmos a disposição espacial de tais citações, veremos que a citação de Rousseff encontra-se ao lado de sua boca, que, vale lembrar, está aberta. Isso reforça, figurativamente, aquilo que foi dito pela interlocutora, mas colocada em discurso pela debreagem enuncia dos enunciadores. Em relação à posição das citações de Serra à altura de seus olhos, presumimos que essa escolha do enunciador valoriza a imagem de pensador ou analista do candidato. Basta observarmos o uso do verbo *saber* (de ordem cognitiva) e do advérbio *evidentemente*⁸. Enquanto nos enunciados de Rousseff encontramos os verbos *acreditar* e *achar*, empregados com sentido de *supor* ou *pensar sem convicção ou certeza*, encontramos em *IstoÉ* um Serra que expressa claramente o que sabe ou não e que se pauta em razões para afirmar o que diz.

É interessante notar o efeito de sentido de *confronto*, construído nas duas capas, pela disposição das duas imagens e enunciados de cada presidenciável. Além da inversão de retângulos, que em si já é uma expressão plástica da divergência de opiniões de cada presidenciável, poderíamos traçar retas imaginárias entre uma imagem e outra e entre uma citação e outra, remetendo à expressão *versus*, conforme vemos na Figura 2.



Figura 2

Configuração eidética das edições 2136 de *IstoÉ* e 2186 de *VEJA*

⁷ Informação disponível em <<http://aulete.uol.com.br/isto>>. Acesso em 07 de Nov. De 2012.

⁸ Segundo o Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa 3.0, o advérbio *evidentemente* é usado “para indicar que aquele que fala se apoia em fatos ou razões para afirmar o que diz”.

Ora, o que os enunciadores fazem, por um lado, é colocar Serra *vs.* Serra e Rousseff *vs.* Rousseff e, por outro, Dilma *vs.* Dilma *vs.* Serra *vs.* Serra, transformando as capas em um *campo de batalha* e instaurando a polêmica que põe em jogo as imagens dos candidatos. É possível ainda afirmar que esse mesmo jogo de imagens põe em confronto também as revistas *VEJA* e *IstoÉ*. Além de serem concorrentes, passam a ser oponentes.

4. Conclusão

Na condição de veículos midiáticos, *VEJA* e *IstoÉ* tentam, em suas capas, construir para si o simulacro da imparcialidade e da verdade. No entanto, por meio da manipulação dos elementos plásticos e verbais, querem também fazer os enunciatários crerem numa dada identidade construída por eles para Rousseff e Serra, bem como no simulacro de identidade textualmente arranjado para eles próprios.

Trata-se, com efeito, de um complexo de identidades discursivas, em que os enunciadores *VEJA* e *IstoÉ* instauram um *ele* em seus enunciados e deixam-no falar, o que constrói para os magazines o simulacro da neutralidade, enquanto constroem para os candidatos identidades discursivas condizentes com a ideologia das revistas. Assim, o actante do enunciado Serra tem para si um simulacro de independente de seu partido e de consciente de seu saber, embora também seja identificado como mentiroso. Em contrapartida, o actante Rousseff é apresentado como dependente do partido e vacilante em seus conhecimentos, além de também ser criado para ela um efeito de sentido concernente à mentira.

Pela análise das duas capas de revista, podemos concluir, portanto, que a dimensão plástica do plano da expressão parece *atizar*, nos leitores, a *paixão da curiosidade* (Hernandes, 2012), além de aumentar a força persuasiva da linguagem verbal. Quando articulados nas capas analisadas, os elementos verbais e plásticos criam um jogo de imagens que manipula o enunciatário para que se identifique, em seu fazer interpretativo, com o universo do discurso das revistas, confrontando-o com o seu universo de valores e crenças. ●

Referências

- Charadeau, Patrick; Maingueneau, Dominique.
2008. *Dicionário de análise do discurso*. Coordenação da tradução de Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto.
- Discini, Norma.
2009. História em quadrinhos: um enunciado sincrético. In: Oliveira, Ana Claudia de; Teixeira, Lucia. (orgs.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. p. 185-214.
- Fiorin, José Luiz
2008. *Em busca do sentido*. São Paulo: Contexto.
- Fiorin, José Luiz
2009. *Para uma definição das linguagens sincréticas*. In: Oliveira, Ana Claudia de; Teixeira, Lucia. (orgs.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. p. 15-40.
- Fiorin, José Luiz
2010. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática.
- Fiorin, José Luiz
2011. *Elementos de análise do discurso*. 15. ed. São Paulo: Contexto.
- Floch, Jean Marie
1985. *Petite mythologie de l'oeil et de l'esprit - pour une sémiotique plastique*. Paris-Amsterdã: Hadès-Benjamins.
- Greimas, Algirdas Julien
2004. Semiótica figurativa e semiótica plástica. In: Oliveira, Ana Claudia de. (org.). *Semiótica plástica*. São Paulo: Hacker Editores. p. 75-96.
- Greimas, Algirdas Julien; Courtés, Joseph
2011. *Dicionário de semiótica*. 2. ed. São Paulo: Contexto.
- Hernandes, Nilton
2012. *A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público*. São Paulo: Contexto.
- Hjelmslev, Louis
2009. *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva.
- Monteiro, Ricardo
2009. Da canção ao videoclipe: análise do texto sincrético audiovisual A minha alma, do grupo Rappa. In: Oliveira, Ana Claudia de; Teixeira, Lucia. (orgs.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. p. 293-321.
- Pietroforte, Antonio Vicente
2012. *Semiótica visual: os percursos do olhar*. 3. ed. São Paulo: Contexto.
- Saraiva, José Américo Bezerra
2008. *Pessoal do Ceará: a identidade de um percurso e o percurso de uma identidade*. Tese de Doutorado em Linguística - Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 358 f.

Teixeira, Lucia

2009. *Para uma metodologia de análise de textos verbovisuais*. In: Oliveira, Ana Claudia de; Teix-

eira, Lucia. (orgs.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. p. 41-77.

Dados para indexação em língua estrangeira

Leite, Ricardo Lopes; Cabral, Susy Anne Almeida

The construction of discursive identities in the syncretic text “magazine cover”

Estudos Semióticos, vol. 9, n. 1 (julho de 2013)

ISSN 1980-4016

Abstract: *This paper aims to analyze, according to greimassian semiotics, the construction of discursive identities of the former president candidates Rousseff and Serra on the covers of VEJA and IstoÉ, two Brazilian weekly magazines. We understand discursive identity as the “end-image” which is dialogically constructed in texts, based on what is provided about the enunciator and the enunciatee. That means discursive identity comes from discourse and is a result of it. From the point of view of French semiotics, magazine covers are syncretic texts, which have a global enunciative effect as a result of the articulation of the languages on the expression plane. Given that magazine covers are the first device to manipulate readers, it is of interest to examine how plastic categories of the expression plane connect with categories of the content plane in such texts, in order to simulate the identities of both candidates. We assume that this articulation creates an image game which can reveal the enunciator’s choice of presenting the candidate as euphoric or dysphoric.*

Keywords: *French semiotics, syncretic texts, discursive identity*

Como citar este artigo

Leite, Ricardo Lopes; Cabral, Susy Anne Almeida. A construção de identidades discursivas em textos sincréticos: IstoÉ x Veja, Dilma x Serra. *Estudos Semióticos*. [on-line] Disponível em: (<http://revistas.usp.br/esse>). Editores Responsáveis: Ivã Carlos Lopes e José Américo Bezerra Saraiva. Volume 9, Número 1, São Paulo, Julho de 2013, p. 13-21. Acesso em “dia/mês/ano”.

Data de recebimento do artigo: 29/novembro/2012

Data de sua aprovação: 20/março/2013
