

## A VOZ DA MINORIA NO ESPAÇO DISCURSIVO DO JORNAL “A GAZETA”

Micheline Mattedi Tomazi (UFES)  
michelinetomazi@gmail.com

### Introdução

O objetivo deste artigo é analisar a representação discursiva do discurso simbólico das elites ao dar voz às minorias no discurso jornalístico. Procuramos refletir sobre o predomínio do discurso simbólico das elites no jornal capixaba e suas representações discursivas e ideológicas que transparecem no texto jornalístico. Nossa hipótese é que o modo de representação dos atores sociais na interação jornal/leitor converge para a construção de um discurso jornalístico no qual a ordem do discurso aponta relações de poder e hegemonia que não só norteiam a representação dos fatos, mas também indicam as representações ideológicas do poder simbólico.

O marco teórico que sustenta nossa pesquisa e que servirá de apoio para este artigo são as relações entre discurso, poder e ideologia, desenvolvidas por Fairclough (2001, 2003) e van Dijk (2010), além das contribuições de Thompson (2011, 2012), sobre a teoria social da mídia e o conceito de ideologia.

Tomamos como objeto de análise uma reportagem publicada pelo jornal “A Gazeta”, em 15/04/2012, intitulada “*O flanelinha devorador de livros*”. O Jornal “A Gazeta” é o jornal mais antigo em circulação no Estado do Espírito Santo e seu lançamento teve início em 1928, tendo hoje 84 anos de circulação no estado. O jornal atende a um público-alvo com um melhor poder aquisitivo.

O objetivo da pesquisa é, portanto, descrever, interpretar e explicar a representação discursiva do discurso presente na reportagem sobre o dia-a-dia de um trabalhador informal, o flanelinha, que tem como prática diária a leitura de obras literárias e jornais. Nossa intenção é analisar como o jornal constrói um discurso ideologicamente marcado e sustentado por estratégias de persuasão e argumentação que procuram manter o poder das elites simbólicas dominantes sobre os grupos sociais que se encontram à margem das relações de poder.

É consenso entre os pesquisadores que dedicam suas pesquisas ao discurso midiático reconhecê-lo como uma atividade discursiva cujo espaço na sociedade é relevante e importante. No entanto, a atuação da mídia junto à sociedade não deixa de ser motivo de preocupação e abrir espaço para reflexões. Isso porque, para além da informação, os espaços discursivos da mídia são controlados por grupos e instituições que dominam a sociedade e tudo aquilo que é dito, reproduzido ou informado nesses espaços sociais.

Se não se pode negar que a comunicação midiática atual é fator importante na organização da vida cotidiana da sociedade porque reproduz crenças, constrói e legitima ideologias, garantindo a dominação em seus espaços discursivos em prol daqueles que controlam esse discurso, também não se pode negar que a interação social é uma das principais características da mídia que, se pode ser vista como refletora da sociedade e se esconder por trás do rótulo da imparcialidade, também pode ser vista como interventora, como manipuladora, senão como um dos discursos mais coercitivos e que mais ecoa na sociedade. Esse embate sobre o papel da mídia na sociedade surge, justamente, por aquilo que a caracteriza como capaz de moldar o mundo em que vivemos e exercer uma atividade discursiva que participa ativamente das relações sociais com a intenção de sustentar os discursos das instituições dominantes.

O artigo será desenvolvido da seguinte maneira: a seção seguinte, denominada As contribuições teóricas dos Estudos Críticos do Discurso, apresenta as principais concepções basilares utilizadas para o trabalho de análise crítica do discurso, dando prioridade às noções de práticas discursivas, práticas sociais, discurso e ideologia, poder e hegemonia. Na seção seguinte, tecemos alguns comentários sobre a representação dos discursos no meio midiático jornalístico, procurando esclarecer o acesso da minoria ao gênero que nos serve de análise. A seção que se segue trata da análise da reportagem publicada no jornal “A Gazeta”. Em seguida, apresentamos as conclusões obtidas a partir da análise efetuada.

## **1.As contribuições teóricas dos Estudos Críticos do Discurso**

Nos Estudos Críticos do Discurso (doravante ECD), tomando, aqui, o sentido que pesquisadores como van Dijk (2010) e Fairclough (2001), entre outros, dão a esses estudos, pensar a linguagem é entendê-la de seu ponto de vista social e não individual. Isso significa que a linguagem é uma prática social e sua utilização não pode ser separada de seu conteúdo ideológico e nem de suas relações de poder e dominação. Ao entender a linguagem como prática social, os ECD consideram a noção de contexto como primordial para buscar o entendimento das relações de dominação, de poder, de discriminação e de controle que se manifestam na língua. Isso porque o discurso é controlado em seus contextos. Assim, o objeto de estudo dos pesquisadores são os eventos comunicativos, são as interações que surgem de uma dada situação comunicativa numa determinada situação social, cultural, histórica ou política. Em outras palavras, os ECD “concentram-se de forma específica nas complexas relações entre a estrutura social e a estrutura discursiva, bem como no modo como as estruturas discursivas podem variar ou ser influenciadas pela estrutura social” (VAN DIJK, 2010, p.13).

Os ECD procuram não só contribuir para a mudança social, mas, sobretudo, demonstrar como as relações sociais são estabelecidas a partir de uma reprodução discursiva do abuso de poder por parte das elites simbólicas. Esse poder social pode ser entendido como controle, isto é, controle de um grupo, de uma parcela da população, sobre outros grupos. A noção de ideologia, para esses pesquisadores, é importante porque a dominação, o controle de determinadas informações está intimamente ligada à questão da liberdade, ou à ilusão de liberdade do sujeito, assunto tão caro à própria Análise do Discurso. Decerto que, se “a ilusão de liberdade e diversidade pode ser uma das melhores maneiras de produzir a hegemonia ideológica que servirá aos interesses dos poderes dominantes na sociedade” (VAN DIJK, 2010, p. 21), nada mais justo e importante do que pesquisas que se interessem em investigar como a mídia contribui para produzir essa ilusão, como exerce o poder e como controla o discurso público.

Se o discurso é considerado uma prática social é porque nas práticas sociais a linguagem se manifesta como discurso. Na perspectiva dos ECD, em todos os momentos, em todos os níveis da vida social somos capazes de perceber a presença da linguagem no movimento diário de nossas relações quando agimos, interagimos e atuamos no mundo. Nesse sentido, o discurso “é o momento integrante e irreduzível das práticas sociais que envolve a semiose/linguagem em articulação com os demais momentos das práticas: fenômeno mental, relações sociais e mundo material” (RAMALHO e RESENDE, 2011, p. 16). Desse modo, os ECD têm especial interesse em investigar o uso da linguagem em contextos situados que envolvem relações de poder, a fim de demonstrar como “a desigualdade social é expressa, sinalizada, constituída, legitimada pelo uso do discurso” (WODAK, 2004, p. 225).

Segundo Ramalho e Resende (2011), ao trabalhar com essa perspectiva, o pesquisador faz uso das categorias linguísticas como ferramentas para a investigação de problemas sociais, sendo o texto pensado a partir de suas condições de produção, sua

distribuição e consumo, seu funcionamento em práticas sociais situadas. O texto é considerado como a unidade mínima de análise, como evento discursivo que está ligado às práticas sociais. Essa concepção de texto baseia-se numa visão funcionalista da linguagem capaz de reconhecê-lo como parte discursiva empírica de eventos sociais. As autoras afirmam que os textos apontam as pistas para a compreensão das práticas sociais investigadas e, por esse motivo, o pesquisador que ancora sua pesquisa nos ECD reconhece que a análise linguística e a crítica social são indissociáveis.

Para Fairclough (2003, p. 14), além de a linguagem constituir-se socialmente, ela tem “consequências e efeitos sociais, políticos, cognitivos, morais e materiais”, sendo, pois, necessário que tenhamos consciência de que os textos imprimem em sua materialidade discursiva efeitos ideológicos que não podem ser descartados ou minimizados em uma análise crítica do discurso. Para os ECD a noção de ideologia não é vista com conotação positiva, uma vez que os sistemas ideológicos são sistemas de dominação que servem necessariamente, em determinadas situações, “para estabelecer e sustentar relações de dominação” (THOMPSON, 2011, p.77).

Fairclough (2001, p. 116), assumindo a noção de discurso como prática social estabelece reflexões sobre o discurso em relação à ideologia e ao poder e a partir dessa visão demonstra como situar o discurso em uma concepção de poder como hegemonia e as relações de poder como luta hegemônica. Desse posicionamento do autor é que se ressalta a importância dos conceitos de ideologia, poder e hegemonia para a concepção de sua proposta de análise tridimensional do discurso.

Segundo Fairclough (2001, p. 121), as ideologias surgem nas sociedades caracterizadas por relações de dominação com base em diferentes critérios de classe, de gênero social, de grupo cultural.

Neste artigo, tomamos a noção de discurso como um tipo de prática social que é, ao mesmo, tempo, política e ideológica, pois envolve tanto um modo de ação (que corresponde ao fato de as pessoas agirem sobre o mundo e sobre outras pessoas) quanto um modo de representação (que corresponde à natureza dialética entre o discurso e a estrutura social) (FAIRCLOUGH, 2001). As noções de ideologia, poder e hegemonia são baseadas a partir das concepções de Fairclough (2001) e Thompson (2011). Thompson nega as concepções que consideram a neutralidade da ideologia porque, segundo ele, a ideologia passa, necessariamente, pelo viés ilusório, parcial e enganador e acredita que a questão da ideologia, ou o seu conceito, precisa passar pela maneira como as formas simbólicas estão relacionadas com o poder e com as lutas hegemônicas. Tal concepção dialoga com a noção defendida por Fairclough, para quem

“as ideologias são significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais, as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação” (FAIRCLOUGH, 2011, p. 117).

Em Fairclough (2001, p. 122), hegemonia é liderança, é dominação que exerce um grupo da sociedade sobre outros. Essa noção de hegemonia é de fundamental importância para o nosso trabalho por evidenciar as relações de dominação que se estabelecem na sociedade e que, portanto, representam relações que têm em seu íntimo a luta hegemônica.

Tomando como direcionamento esse conceito de luta hegemônica e sua relação dialética com o discurso, podemos depreender uma análise que considere a prática discursiva a partir de uma visão que nos conduza para a relação entre discurso e sociedade. Procuramos discutir o funcionamento da mídia levando em conta as relações de dominação, poder e hegemonia que se relacionam ao conceito de acesso ao discurso.

Fairclough (2001) sugere uma análise tridimensional para se trabalhar o discurso. A fim de atender a esse modelo tridimensional, devemos considerar três caminhos de análise: a textual, que corresponde à análise linguística; a prática discursiva, que corresponde à análise da produção e interpretação textual; e a prática social, que corresponde à análise das circunstâncias institucionais e organizacionais do evento comunicativo.

Categorias analíticas são, na visão de Ramalho & Resende (2011, p. 112-113), “formas e significados textuais associados a maneiras particulares de representar, de (inter)agir e de identificar(-se) em práticas sociais situadas”. As autoras esclarecem que é por meio dessas categorias que podemos “mapear conexões entre o discursivo e o não discursivo, tendo em vista seus efeitos sociais”.

A primeira categoria de análise, chamada de análise textual, envolve quatro itens: o vocabulário (lexicalização), a gramática, a coesão e a estrutura textual, procurando dar conta de todas as características organizacionais dos textos. Segundo Fairclough (2001, p.103), esses quatro itens podem ser pensados em escala ascendente “o vocabulário trata principalmente das palavras individuais, a gramática das palavras combinadas em orações e frases, a coesão trata da ligação entre orações e frases e a estrutura textual trata das propriedades organizacionais de larga escala dos textos”.

A segunda categoria procura dar conta da produção, distribuição e consumo e é chamada de prática discursiva, ela engloba quatro dimensões: a produção textual, que toma como objeto de análise a interdiscursividade e a intertextualidade manifesta; a distribuição do texto, que corresponde às cadeias intertextuais; e o consumo do texto, que está relacionado à noção de coerência; a última dimensão trata das condições da prática discursiva e tem a finalidade de apresentar aspectos sociais e institucionais que envolvem a produção e o consumo de textos.

A terceira categoria é a análise da prática social e procura explicitar a matriz social do discurso, as ordens do discurso e os efeitos ideológicos e políticos do discurso.

Escolher determinadas categorias em detrimento de outras é uma forma de justificar o trabalho de um estudo crítico do discurso que não pode ser confundido com um trabalho de leitura e interpretação apenas, mas que vai além, porque sistematiza aspectos que levam em conta a natureza da análise e o objetivo do analista. Fairclough (2003) trata das categorias de análise textual, buscando relacioná-las a temas de pesquisa social e sugere alguns aspectos discursivos/textuais para análise, bem como uma sugestão de perguntas que possam nortear o pesquisador no momento de escolher quais categorias irá utilizar na análise do texto.

## **2.0 poder social e o acesso ao discurso na mídia**

Ao tratar do poder social, van Dijk (2010, p. 41) enfoca a importância de pensar o papel do poder social enquanto interação social, o que pressupõe a relação entre grupos, classes ou qualquer outra forma de interação entre instituições ou organizações sociais (VAN DIJK, 2010, p.67-68), por isso, somente o poder social é levado em consideração quando se pretende tratar das relações entre discurso e poder. Esse poder social é definido pelo autor a partir da noção de controle que pode ser exercido por um grupo ou organização ou instituição “sobre as ações e/ou as mentes” de um outro grupo, “limitando dessa forma a liberdade de ação dos outros ou influenciando seus conhecimentos, atitudes ou ideologias”.

Esse poder social pode ser investido de dominância, expressão entendida por van Dijk (2010) como uma forma de abuso de poder social que pressupõe o controle sobre outros em benefício ou interesse próprio de um grupo ou instituição, frequentemente resultando em desigualdade social. Ao pensar nessa relação de poder e dominância, o autor chama a atenção para a dimensão cognitiva do controle e para a tarefa do pesquisador em estudar as estruturas e estratégias cognitivas envolvidas nos processos que afetam as cognições sociais. Daí a

importância de se analisar as estruturas discursivas específicas como “estruturas temáticas, manchetes, estilo, figuras retóricas, estratégias semânticas, etc.” (VAN DIJK, 2010, p. 89).

Os grupos sociais menos favorecidos ou minoritários são denominados como grupos de excluídos, aqueles que estão à margem das relações de poder dos grupos sociais mais prestigiados econômica e socialmente. Esses grupos sociais são representados por indivíduos desprestigiados em todos os aspectos sociais e econômicos da sociedade: são politicamente marginalizados, não são integrados ao mercado de trabalho capital, são segregados pela sociedade, vivem em situação de miséria e muitas vezes se tornam invisíveis socialmente e desterritorializados.

De acordo com van Dijk (2010, p. 110), o acesso ao discurso é distribuído de forma desigual. Ou seja, como nem todos têm igual acesso à mídia, esse acesso ao discurso da imprensa é uma questão bastante complexa porque envolve “quem controla a preparação, os participantes, os objetivos, a linguagem, o gênero, os atos de fala, os tópicos, os esquemas, o estilo e a retórica, entre outros aspectos textuais dos eventos comunicativos”. O acesso, então, pode ser analisado em termos de “tópicos ou referentes do discurso, sobre quem se escreve e/ou se fala”. As minorias geralmente têm pouco ou nenhum acesso aos contextos comunicativos do discurso da mídia jornalística e isso significa que a mídia é uma representante da dominância simbólica do discurso das elites. Para o autor, essa noção de acesso

pode englobar o modo como as pessoas tomam a iniciativa nos eventos comunicativos, as modalidades de suas participações, assim como os modos com os quais controlam as várias outras propriedades do discurso, como a tomada do turno, o sequenciamento, os tópicos e até mesmo os modos como as pessoas são representadas no discurso, como referentes ou tópicos (VAN DIJK, 2010, p. 91).

Assim, é comum vermos matérias/reportagens jornalísticas que selecionam e topicalizam apenas aspectos negativos e estereotipados das minorias. Assuntos como crimes, assassinatos, desvios culturais, drogas, roubos são questões mais evidenciadas pela mídia quando tomam por tema os excluídos. Dessa forma, van Dijk (2010, p. 99) esclarece que “a seleção e a proeminência de tópicos jornalísticos é função direta dos diferenciais de acesso, interesses e perspectivas dos atores – de majorias e de minorias – das notícias”. As imagens positivas das minorias são quase sempre citadas em tópicos mais suaves que deixam de problematizar a real situação dessa parcela da população e, principalmente, escondem a carga de culpa que cabe ao estado ou às elites simbólicas dominantes. Não é por acaso que os discursos midiáticos, ao colocarem em cena o mundo das minorias, conseguem transformar sua situação social de tal forma que essas pessoas assumem uma imagem de superpessoas, de super-heróis, numa intenção clara de espetacularização desse mundo social onde prevalece o monstro devorador da maquinaria capitalista.

### **3. Análise da reportagem**

O texto que nos servirá de objeto de análise neste artigo, como já explicamos, é uma reportagem publicada no jornal “A Gazeta”, em 15/04/2012, intitulada “*O flanelinha devorador de livros*”. O texto selecionado conta a história do lavador de carros, Lindomar Francisco, de 37 anos, que sobrevive das dificuldades do trabalho informal e se destaca pelos outros integrantes do seu grupo por gostar de ler.

A análise que propomos dessa reportagem pretende demonstrar quais aspectos da história do “devorador de livros” são enfatizados, quais são deixados em um segundo plano e quais são excluídos da reportagem. Nossa intenção é analisar os recursos discursivos/textuais

empregados no texto, que são capazes não só de representar uma realidade particular, mas também de identificar os atores envolvidos nessa prática discursiva.

Uma primeira leitura do texto pode levar o leitor a algumas reflexões interessantes sobre o tema tratado. Essas reflexões podem ser direcionadas de diferentes formas: para as duas temáticas distintas que, no texto, são associadas - a questão da leitura e a questão do trabalho informal, mais precisamente, a situação dos guardadores de carro na cidade de Vitória-ES; além disso, é possível pensar na forma como essa situação do trabalho informal costuma ser representada pela mídia capixaba e como as pessoas que praticam esse tipo de trabalho são identificadas em textos jornalísticos; na relação que se estabelece, no texto, entre o guardador de carros e a sociedade; na situação de trabalho informal do guardador de carros e na localização dessa questão em nível familiar, individual e social; nas responsabilidades da sociedade e do Estado pelo problema do trabalho informal dentre as minorias sociais.

Em relação à estrutura genérica, o texto em análise, permite-nos identificá-lo como jornalístico a partir de alguns elementos: está disposto na seção notícia e apresenta manchete, *lead*, o fato noticioso, foto e depoimento. O título, elemento catafórico indicativo de sentido, apresenta o sujeito-alvo da notícia como alguém que assume dois papéis distintos na sociedade em que vive: ser flanelinha e leitor. Na manchete/título a representação social que temos desse sujeito, sua identificação, aparece através do seu ofício, e não de seu nome próprio que só aparece no *lead*, acompanhado do adjetivo “devorador”, cujo sentido é fortemente reificado pelo interesse ávido e insaciável desse sujeito pelo hábito de ler. Em seguida, a história de Lindomar é narrada a partir de uma perspectiva que continua reificando a atividade de leitura e, ao mesmo tempo, dissimulando a situação de descaso da sociedade e do próprio Estado em relação ao trabalho informal:

Sentado em um banquinho de plástico verde, numa movimentada rua da Praia do Canto, em Vitória, **um lavador de carros** passa as horas lendo. Os olhos de Lindomar Francisco de Lima, 37 anos, só desgrudam das páginas quando ele precisa atender a **seus clientes**, sinalizando entradas e saídas das vagas.

Nessa parte inicial do texto em que se começa a narrar a situação de Lindomar, percebemos como o texto caminha para a narrativização de um história que apenas contribui para legitimar as relações de dominação em nossa sociedade. Assim, é possível perceber a identificação dos atores sociais envolvidos no texto. A identificação de Lindomar constrói-se de duas maneiras: (1) como leitor assíduo; (2) como lavador de carros. Observe que vocábulos como “flanelinha” e “lavador de carros” referem-se ao trabalho informal de Lindomar e sua relação com o outro na sociedade, um outro que é visto como “cliente”. A escolha desse modo de representação não é em vão, ela depende de interesses particulares e das posições que se quer enfatizar. Desse modo, o texto, ao se referir aos motoristas que precisam estacionar seus carros em vias públicas como “clientes” de Lindomar, naturaliza de tal forma a situação informal dos lavadores de carro, em Vitória-ES, que afasta qualquer questionamento sobre a real situação de imposição dessa atividade aos moradores e motoristas da cidade. Embora seja uma ocupação digna, como tantas outras, a relação que se estabelece entre o lavador de carros e “seus clientes” é de imposição já que sua atividade é realizada de acordo com suas próprias regras, porque há uma determinação de que os motoristas, seus clientes, são praticamente obrigados a estacionarem num local público por um preço para que tenham direito à vaga e à segurança de seu carro. Na maioria das vezes, o motorista não tem como negociar, uma vez que boicotar o sistema imposto pelos flanelinhas pode significar perdas financeiras maiores.

O que nos chama a atenção, portanto, são as afirmações avaliativas positivas sobre a situação de Lindomar. As avaliações positivas de Lindomar como leitor assíduo e trabalhador honesto são colocadas em relevo no texto, ora de forma explícita, ora de maneira implícita, mas todas elas ajudam a perceber que o discurso do locutor responsável pelo texto assume um tom favorável frente à situação de Lindomar, atuando com um agenciamento coletivo de enunciação que trabalha, ideologicamente, para reforçar as relações de dominação que envolvem o problema social dos lavadores de carro. Apoiando-nos em Thompson (2011) podemos afirmar que, ao trazer tantas afirmações avaliativas positivas sobre Lindomar, o texto age de formar a colocar em prática duas formas de operação da ideologia: a dissimulação, porque há uma valorização de ações e relações que não são desejáveis ao ser humano, a não ser que seja para obscurecer as relações de dominação; e a reificação, porque a situação de Lindomar é apresentada como permanente, natural e até mesmo admirável e não como consequência das relações de poder e dominação, de exploração da máquina capitalista.

Assim, temos a representação de Lindomar como leitor afortunado que tem contato com obras literárias clássicas e jornais, porque conta com a solidariedade de moradores e clientes:

Por suas mãos já passaram de Machado de Assis a Sidney Sheldon, incluindo Homero (Odisseia), **a maioria doada por clientes e moradores da região.**

O texto descreve essa relação como satisfatória em que Lindomar se torna o beneficiário da caridade de seus clientes e dos moradores da região, sem que se questione a relação entre o lavador de carros, a sociedade e o Estado cujo papel é assegurar os direitos dos cidadãos.

Nesse sentido, é interessante verificar o aspecto intertextual desse texto, uma vez que há diferenças significativas entre os graus de dialogicidade das vozes representadas no texto, ora em discurso direto, ora em discurso indireto e ora em relato de ato de fala. No texto é possível perceber a voz do locutor/jornalista, a voz de Lindomar e a voz dos clientes e moradores. Ao analisarmos as instâncias de articulação da voz de Lindomar, percebemos que sua voz é marcada em momentos específicos pelo discurso direto. Uma dessas entradas da voz do flanelinha em discurso direto é referente à quantidade de obras lidas por ele, momento em que a voz do locutor deixa o próprio flanelinha assumir a responsabilidade pelo que está dizendo. Ao introduzir a fala do outro em discurso direto, “São pelo menos duas por mês”, o locutor faz a inserção do verbo modalizador “garante” deixando que a responsabilidade pelo dito seja do flanelinha e não dele. Com isso, se essa informação não for correta, a responsabilidade não recai sobre o jornalista e sim sobre Lindomar.

Em outro momento do texto, é possível observar que a entrada da voz do flanelinha em discurso direto também é um recurso argumentativo para evidenciar que as avaliações são feitas pelo flanelinha e não pelo locutor: “As pessoas estão mais apressadas, não respeitam ninguém”. Essa opção pelo discurso direto é uma forma de o locutor/jornalista mostrar que o flanelinha é responsável pela informação e, portanto, qualquer leitor que julgue a avaliação generalizante ou imprópria perderá a simpatia ou responsabilizará o flanelinha e não o locutor/jornalista. Em seguida, a voz do locutor parece endossar a de Lindomar, ao afirmar em relato de fala que o trabalho exige muita paciência. No entanto, o uso dessa fala é novamente acompanhada pelo uso do verbo “garante”, o qual direciona a leitura para uma valorização avaliativa negativa, e não positiva, uma vez que o locutor, ao fazer uso desse verbo, parece não legitimar o discurso do outro, não lhe conferindo credibilidade necessária.

Nesses exemplos a avaliação passa ora pela imparcialidade, com a entrada do verbo dizer, ora pela valorização negativa, com o verbo garantir. A valorização positiva do locutor vem em seguida, quando o enunciado se torna relevante e o locutor introduz os verbos “ponderar” e “frisar”:

“A leitura nos ajuda entender o ser humano”, **pondera** o flanelinha, que não entende porque as pessoas se surpreendem com o seu hábito de ler. “Deveria ser parte da rotina de todos”, **frisa**.

Dessa forma, apenas no momento em que há uma valorização do tema que se quer enfatizar na reportagem, ou seja, a leitura, é que o locutor imprime junto à voz do flanelinha uma voz de valorização positiva modalizada pelos verbos. A face positiva do flanelinha/leitor é aqui evidenciada, destacando o fato de que ele está em uma situação superior perante o seu grupo e pode/deve aconselhar, ponderar, frisar a importância da leitura para o ser humano e para a vida em sociedade.

A última parte do texto é dedicada à situação real de Lindomar cuja renda familiar não lhe permite sonhar com o ingresso em uma faculdade. No entanto, tal situação é dissimulada por uma visão parcial da reportagem que chega a romantizar a realidade do lavador de carros. É como se Lindomar assumisse o trabalho informal como uma escolha própria e não como uma falha da sociedade e do Estado. É possível dizer que os verbos avaliativos são solidários à causa do flanelinha e parece que o locutor – mesmo que indiretamente – faz um apelo ao leitor buscando engajá-lo na causa exposta.

## Conclusão

Analisar o discurso da mídia é reconhecer que não há texto ou opinião neutra, bem como não há imparcialidade nos veículos de comunicação. O locutor/repórter fala de uma classe social a qual pertence ou mesmo defende e, ao produzir o seu discurso deixa que os valores e os conceitos dessa classe social se incorporem à sua fala e tomem força argumentativa para convencer seus leitores. Dessa maneira, a representação dos atores sociais envolvidos na interação jornal/leitor aponta para relações de poder, de ideologia e de hegemonia. É preciso que se reconheça que a informação escamoteia, muitas vezes, uma forte carga argumentativa que se concretiza, sobretudo, nas escolhas de estratégias linguísticas, uma escolha lexical, por exemplo, como é o caso dos verbos *dicendi* analisados na reportagem.

Como vimos, a análise aponta para a construção do texto de modo a demonstrar como o discurso é materializado no texto para criar a narrativa heroica de Lindomar, “o flanelinha devorador de livros”, o que demonstra o funcionamento ideológico do discurso midiático, um discurso capaz de dissimular relações de dominação e hegemonia, reforçar o discurso da elite simbólica e representar a situação do trabalho informal do flanelinha como permanente, natural, ao contrário de denunciá-la como uma questão social, política e histórica.

Devemos atentar para o fato de que, ilusoriamente, o discurso midiático consegue promover um agenciamento coletivo de enunciação ao eleger um representante desse grupo de excluídos, os flanelinhas, para receber “o prêmio” de aparecer no espaço discursivo da imprensa. Esse flanelinha leitor, ainda que seja um sujeito de baixo poder aquisitivo que retira seu sustento como “guardador de carros”, lida com uma gama de textos escritos e participa de diferentes práticas sociais. Ao vivenciar a condição de leitor, esse sujeito atribui valor social à leitura e é justamente por meio dela que ele se torna (re)conhecido pela mídia. Esse (re)conhecimento, esse lugar reificado do flanelinha leitor é, para ele, uma forma de ascensão



a um patamar social até então não acessível, ou seja, o lugar do discurso das minorias nas páginas do jornal que não seja, como de costume, nas páginas policiais.

Assim, o alvo da reportagem não está precisamente na atividade do flanelinha, em seu trabalho informal de guardador de carros, que representa uma das inúmeras formas de trabalho criadas pelo mercado informal no Brasil, mas na sua atividade leitora, ou seja, o mote da reportagem é o fato de esse profissional ter o hábito de ler enquanto “aguarda” seus “clientes”. Na cidade de Vitória, Espírito Santo, esses trabalhadores informais, aqui tratados de flanelinhas, como são conhecidos nas ruas, estão por toda parte da cidade e já foram alvo de polêmicas discussões sobre sua atuação na sociedade. Se, de fato, o trabalho dos flanelinhas serve como fonte de sustento para muitas famílias, a maneira como esse trabalho é realizado altera de maneira significativa a sua relação com os moradores da cidade. Organizados em uma espécie de sistema, os flanelinhas estão espalhados em toda a cidade de Vitória e impõem seus serviços a todos os motoristas, seus “clientes”, que se sentem obrigados a pagar para deixarem seus carros estacionados nas ruas da cidade ou em outros locais públicos, trata-se, portanto, de um problema de política pública.

## Referências

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

\_\_\_\_\_. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge, 2003.

VAN DIJK, T. A. Discourse, Power na Access. In: CALDAS-COULTHARD, C. R.; COULTHARD, M. (Eds.) *Texts and practices: readings in critical discourse analysis*. London and New York, Routledge, 1991, p. 85-104.

\_\_\_\_\_. *Discurso e poder*. Trad. De Judith Hoffnagel e Karina Falcone (org.). 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2010.

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

THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. 9ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

\_\_\_\_\_. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. 13ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

WODAK, R. Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. *Linguagem em (Dis)curso*. CALDAS-COULTHARD, C.R. & FIGUEIREDO, D. de C. (Orgs.). *Análise Crítica do Discurso*, v. 4, n. especial, 2004, p. 223-243.

ENTRE UM CARRO E OUTRO

# O flanelinha devorador de livros

Entre os cuidados com os carros, Lindomar Francisco, 37, lê; agora, quer montar biblioteca

▀ VILMARA FERNANDES  
vfernandes@redgazeta.com.br

Sentado em um banco de plástico verde, numa movimentada rua da Praia do Canto, em Vitória, um lavador de carros passa as horas lendo. Os olhos de Lindomar Francisco de Lima, 37 anos, só desgrudam das páginas quando ele precisa atender a seus clientes, sinalizando entradas e saídas das vagas.

O flanelinha já perdeu a conta de quantas obras já leu. "São pelo menos duas por mês", garante. Por suas mãos já passaram de Machado de Assis a Sidney Sheldon, incluindo Homero (Odisséia), a maioria doada por clientes e moradores da região. Ele também é leitor assíduo de jornais.

Um hábito que vem se destacando num bairro que já registrou problemas com flanelinhas envolvidos em roubos e até



VITOR JUBINI

LEITOR VORAZ

## 2 obras

É o que lê o flanelinha da Praia do Canto por mês, além de jornais diários.

a leitura entre os amigos e entre as crianças. "Na escola mandam as crianças pesquisarem tudo na internet. Ninguém vai a uma biblioteca", acrescenta.

Esse trabalho, confessa Lindomar, terá que começar dentro de casa: nem a sua esposa e nem seus quatro filhos – de 5, 10, 14 e 15 anos – gostam de ler.

Mas ele aposta que um dia mudará essa situação. E vai mais longe: quer que ele e a esposa cheguem à faculdade. "Gostaria de estudar História", conta. O impasse, por enquanto, é a renda familiar. Por semana, ele chegar a ganhar cerca de R\$ 250,00.

Lindomar terminou de ler "A Cabana" e agora está absorvido com "O último bailarino de Mao"

tráfico de drogas. Há 20 anos atuando na Rua José Teixeira, Lindomar viu a cidade mudar. "As pessoas estão mais apressadas, não respeitam ninguém", diz, chamando a atenção

para a atitude de motoristas numa das vias mais movimentadas do bairro.

Desse jeito, garante Lindomar, o trabalho exige muita paciência. "A leitura nos ajuda entender o ser

humano", pondera o flanelinha, que não entende porque as pessoas se surpreendem com o seu hábito de ler. "Deveria ser parte da rotina de todos", frisa.

Não é à toa que uma de

suas metas é organizar uma biblioteca em Resistência, bairro da Grande São Pedro, em Vitória, onde reside. "Já tenho uns 20 livros na estante", diz.

Seu objetivo é estimular

## Grandes Marcas



Cristina Brasil  
Decoradora



R\$ **19,90/m²**  
PISO 44x44  
Cx. 2,40 m² - Classic Branco  
Cód. 532886



R\$ **23,90/m²**  
PORCELANATO 45x45  
Cx. 1,98 m² - Malibu White Bold  
Cód. 711721



R\$ **29,90**  
VIAPLUS TOP VIAPOL  
Caixa 18 kg  
Cód. 235520



R\$ **158,90**  
CUBA DE APOIO INCEPA  
Loft - R 35 - Br  
Cód. 647624



R\$ **196,90**  
METALATEX FOSCO  
SHERWIN-WILLIAMS  
Branco - 18 litros  
Cód. 127752



R\$ **109,90**  
BACIA CONVENCIONAL  
INCEPA  
Flamingo - 01Wt  
Cód. 104981



R\$ **49,90**  
VITRÔ BASCULANTE  
ALUMÍNIO POP EBEL  
60x60 cm - 1 seção - VC  
Cód. 309966



R\$ **139,90**  
TORNEIRA P/ LAVATÓRIO  
Link - Bica Baixa - Mesa  
Cromada - 1197C - Cód. 469041

**10x** Pague suas compras em até 10x sem juros em TODOS OS CARTÕES\*.

**C&C**  
casa & construção  
Renove sua casa. Decore sua vida.

biancogres Casanova Coral Consul Deca EBEL eliane FABRIMAR Incepa LORENZETTI PORTINARI Portobello QUARTZLIT SASAZAKI Suvinal UNIGRÉS



C&C Serra: BR 101 Norte - km 8,5 (Próximo ao trevo de Carapina). Estacionamento gratuito no local. Horário de funcionamento: de 2ª a Sábado, das 8 às 20h; Domingos e Feriados, das 9 às 17h.

Planos de pagamento e ofertas válidos somente para a loja Serra, no Estado do Espírito Santo. Ofertas válidas de 15 a 22/4/2012 ou enquanto durarem os estoques. \*0+10x sem juros no cartão C&C, para compras com parcela mínima de R\$ 30,00, com a primeira parcela vencendo em até 40 dias ou 0+10x sem juros nos cartões Visa, Hipercard, Diners, Amex, Aura, MasterCard e RedeCard, parcela mínima de R\$ 100,00. Sujeito à análise de crédito. \*\*Somente no Cartão C&C Itaucard - Parcelamos em até 0+24x iguais com acréscimo - CET (Custo Efetivo = 31,54% a.a.) - Taxa de Juros mensal máxima de 1,99% a.m. + IOF, com a primeira parcela vencendo em até 40 dias, variável conforme a data de realização da compra e de vencimento da fatura. Sujeito à aprovação de crédito. Para mais informações sobre as condições do financiamento de suas compras como, o valor exato das parcelas, a taxa de juros, IOF e Custo Efetivo Total, compareça ao NAC (núcleo de atendimento ao cliente) e faça uma simulação. Consulte outros planos de pagamento nas lojas - planos pela financeira, sujeitos à aprovação de crédito - vendas em grande quantidade, sob consulta. Garantimos o estoque inicial de 10 unidades/100 m² por loja. Estoque central (exceto encomendas) - frete não incluso. Cobrimos qualquer oferta anunciada pela concorrência: D&C, Dalla Bernardina, Emídio Paes e Compose. Promoção válida para produtos anunciados exclusivamente em jornais (anúncio/encarte) de grande circulação, tabloides e TV, com marcas e especificações iguais, que tenham sido anunciados pela C&C e pela concorrência durante o período de 7 dias, respeitando a validade dos anúncios enquanto durarem nossos estoques, devendo ser considerados para comparação somente o preço à vista. Quantidade limitada por cliente. Fotos meramente ilustrativas. Montagem e instalação não inclusas. Objetos e acessórios decorativos não inclusos. Promoção não cumulativa e não válida para saldos. Produtos disponíveis somente na loja Serra. Consulte nosso teleatendimento. Reservamo-nos o direito de futuras correções de erros gráficos ou de impressão.