

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS**

**DE ANÔNIMOS A HERÓIS:  
DISCURSOS SOBRE O CÂNCER DE 1973 A 2013 NO  
GÊNERO REPORTAGEM DE POPULARIZAÇÃO DA  
CIÊNCIA NA REVISTA *VEJA***

**TESE DE DOUTORADO**

**Veronice Mastella da Silva**

**Santa Maria, RS, Brasil**



**DE ANÔNIMOS A HERÓIS:  
DISCURSOS SOBRE O CÂNCER DE 1973 A 2013 NO  
GÊNERO REPORTAGEM DE POPULARIZAÇÃO DA  
CIÊNCIA NA REVISTA VEJA**

**Veronice Mastella da Silva**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, Área de  
Concentração em Estudos Linguísticos, da Universidade Federal de  
Santa Maria (UFSM – RS), como requisito parcial para obtenção do grau  
de **Doutora em Letras**.

**Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Désirée Motta-Roth**

**Santa Maria, RS, Brasil**

**2015**



**Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Artes e Letras  
Programa de Pós-Graduação em Letras**

**A Comissão Examinadora, abaixo assinada,  
aprova a Tese de Doutorado**

**DE ANÔNIMOS A HERÓIS:  
DISCURSOS SOBRE O CÂNCER DE 1973 A 2013 NO GÊNERO  
REPORTAGEM DE POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA NA REVISTA  
VEJA**

elaborada por  
**Veronice Mastella da Silva**

como requisito parcial para obtenção do grau de  
**Doutora em Letras**

**COMISSÃO EXAMINADORA:**

---

**Désirée Motta-Roth, Dr.<sup>a</sup>**  
(Presidente/Orientadora)

---

**Helena Calsamiglia Blancafort, Dr.<sup>a</sup>** (Universitat Pompeu Fabra)

---

**Carla Rosane da Silva Tavares Alves, Dr.<sup>a</sup>** (UNICRUZ)

---

**Graciela Rabuske Hendges, Dr.<sup>a</sup>** (UFSM)

---

**Ana Luiza Coiro Moraes, Dr.<sup>a</sup>** (UFSM)

Santa Maria, 16 de dezembro de 2015.



## DEDICATÓRIA

*Dedico este estudo a todos que vivem ou viveram a experiência do câncer, em especial a meu pai, Mário, falecido em 1978. Apesar de nosso convívio ter sido demasiadamente breve, me ensinou, por atos, o significado da palavra resiliência.*





## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Désirée Motta-Roth, pela acolhida no LABLER e pela tenacidade em lapidar uma linguística na jornalista. Seus ensinamentos e questionamentos me oportunizaram ir, paulatinamente, ajustando o foco das lentes pelas quais observo as práticas sociais e discursivas.

À CAPES, pelo apoio financeiro, em especial pela bolsa PDSE, que possibilitou a realização de parte de meus estudos na Espanha.

À Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Helena Calsamiglia, da Universidade Pompeu Fabra (UPF), minha orientadora no doutorado-sanduíche em Barcelona, pela acolhida afetuosa (desde o primeiro contato, por mensagem eletrônica, e que se estendeu em nossas conversas face a face) e pelas relevantes contribuições a esta pesquisa.

Aos professores, Dr. Adair Bonini, Dr.<sup>a</sup> Ana Luiza Coiro Moraes, Dr.<sup>a</sup> Carla Rosane Tavares Alves e Dr.<sup>a</sup> Vera Lucia Pires, pelas valiosas contribuições oferecidas no exame de qualificação deste estudo.

Às professoras do PPGL-UFSM, Dr.<sup>a</sup> Sara Scotta Cabral, Dr.<sup>a</sup> Graciela Hendges, Dr.<sup>a</sup> Cristiane Fuzer e Dr.<sup>a</sup> Luciane Ticks, pelo comprometimento com as atividades de ensino e pesquisa e pelo entusiasmo transmitido aos que se dedicam aos estudos linguísticos.

Aos funcionários do PPGL, em especial, a Jandir Martins, pela amizade e pela disposição em orientar e resolver questões burocráticas que também fazem parte de um curso de doutorado.

Às colegas do LABLER, pela amizade e compartilhamento (de textos, dúvidas, sugestões, preocupações, cronogramas de orientação, cafés, etc.), em especial, Angela Assis Brasil, Fátima Andreia Tamanini e Raquel Bevilaqua, que, de forma muito próxima, viveram comigo todos os desafios, as angústias e as alegrias que envolvem um curso de doutorado.

À reitoria da Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ) e à direção e professores do Centro de Ciências Humanas e Sociais (CCHS), pelo apoio e incentivo nessa etapa importante de minha vida acadêmica e profissional.

Ao meu colega de UNICRUZ, Prof. Dr. Antonio Escandiel, pela preciosa sugestão de que eu realizasse o meu doutoramento na área de Linguística Aplicada e pelo entusiasmo que sempre me transmitiu nesses anos de estudos.

Aos meus colegas professores do curso de Jornalismo da UNICRUZ, de modo especial à Fabiana Iser e à Caroline Giacobbo, pela amizade e pelo incentivo, além da disposição em contornar as minhas necessárias ausências.

A Rosane Moraes, Graciela Santos, Fabiana França e Javier Chain, pelas horas de alegre convívio durante o doutorado-sanduíche.

Ao meu amor e melhor amigo, Vianeí, que, mesmo à distância, sempre me transmitiu carinho e encorajamento na concretização deste projeto pessoal.

Aos meus filhos Rodrigo, Aimée e Cândida, pelo carinho, estímulo e, principalmente, compreensão, quando me fiz ausente em tantos momentos que necessitaram da minha presença.

E, por fim, a minha gratidão a todos que, de diferentes formas e em diferentes momentos, me apoiaram nessa caminhada.

## RESUMO

Tese de Doutorado  
Programa de Pós-Graduação em Letras  
Universidade Federal de Santa Maria

### **DE ANÔNIMOS A HERÓIS: DISCURSOS SOBRE O CÂNCER DE 1973 A 2013 NO GÊNERO REPORTAGEM DE POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA NA REVISTA VEJA**

AUTORA: VERONICE MASTELLA DA SILVA

ORIENTADORA: DÉsirÉE MOTTA-ROTH

Data e Local da Defesa: Santa Maria, 16 de dezembro de 2015.

Esta tese de doutorado é vinculada ao projeto CNPq Nº 301793/2010-7, *Análise crítica de gêneros discursivos em práticas sociais de popularização da ciência* (MOTTA-ROTH, 2010), e desenvolvida com base no aparato teórico-metodológico da Análise Crítica de Gênero (ACG) que, a partir de pressupostos como o “dialogismo” e a “polifonia” (BAKHTIN, 2011), oferece os meios para a análise do processo de interação entre textos e discursos e pela observação “da relação estreita entre contexto e texto” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 147). A ACG tem caráter interdisciplinar e é constituída pela confluência entre: Linguística Sistemico-Funcional (LSF), mais precisamente, a Gramática Sistemico-Funcional (GSF) de Halliday (1994) e Halliday e Matthiessen (2004); Sociorretórica (SR), principalmente em Miller (2009a; 2009b), Swales (1990, 2004), Askehave e Swales (2009) e Bazerman (2011); Análise Crítica do Discurso (ACD), em especial os postulados de Fairclough (2003, 2008). Neste estudo, analisamos diacronicamente (1973-2013) a representação do câncer no gênero reportagem de popularização da ciência (PC) na revista *VEJA*. Trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa, de inspiração etnográfica, cujas etapas de análise ora apresentam ênfase nas práticas sociais, ora nas práticas discursivas. Por meio da análise de 25 reportagens selecionadas pelo critério “com chamada na capa”, detivemo-nos em analisar possíveis mudanças na angulação da temática “câncer” (a doença, os avanços científicos e os pacientes), as vozes mobilizadas no processo de recontextualização do discurso científico e os procedimentos discursivos presentes no processo de explicação (e, conseqüentemente, de representação) do câncer. Os resultados indicam que, ao longo de quatro décadas, o discurso recontextualizador mudou o ângulo de abordagem. Na década de 1970, o destaque foi dado à doença. Nas décadas de 1980, 1990 e 2000, a ênfase foi dada aos avanços científicos. Por fim, na década de 2010, aos pacientes. Nesse discurso recontextualizador, as vozes predominantes são as dos técnicos/especialistas, aqueles que aplicam o conhecimento desenvolvido pelos pesquisadores, indicando que, numa publicação não segmentada nem especializada, como a *VEJA*, a tendência é que tais vozes são as que recebem mais espaço para explicar o câncer aos não especialistas. Nesse processo de PC, os procedimentos discursivos mais usados são as metáforas, em especial, as do campo semântico da guerra. Os resultados apontam ainda que a representação do câncer, na perspectiva da doença, não se modificou. Representações do câncer como “inimigo de guerra”, “condenação” e “adversário/opositor” são reafirmadas ao longo de 40 anos. O discurso de PC, no entanto, alterou a representação dos pacientes. De “anônimos”, “indefesos” e “condenados” passaram, após alguns anos, à condição de “heróis”. No bojo do processo de PC que se dá no contexto midiático, foi possível constatar, ainda, que há, no(s) discurso(s), pelos menos três fenômenos: a “espetacularização”, a “conversacionalização” e a “comodificação”.

**Palavras-chave:** Análise Crítica de Gênero. Discurso. Gênero reportagem de popularização da ciência.



## ABSTRACT

Doctoral Dissertation  
Postgraduate Program in Languages  
Federal University of Santa Maria

### **FROM ANONYMOUS TO HEROES: DISCOURSES ABOUT CANCER FROM 1973 TO 2013 IN THE GENRE OF REPORTAGE OF SCIENCE POPULARIZATION IN MAGAZINE VEJA**

AUTHOR: VERONICE MASTELLA DA SILVA

ADVISOR: DÉsirÉE MOTTA-ROTH

Date and Place of the Defense: Santa Maria, december 16<sup>th</sup>, 2015.

This dissertation is attached to the CNPQ Project N° 301793/2010-7, *Análise crítica de gêneros discursivos em práticas sociais de popularização da ciência* (MOTTA-ROTH, 2010), and is developed based in the theoretical and methodological apparatus of Critical Genre Analysis (CGA) that, from assumptions as the “dialogism” and the “polyphony” (BAKHTIN, 2011), provides the means to analyze the interaction process between texts and discourses and by the observation “of the straight relation between context and text” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 147). The CGA has interdisciplinary character and is constituted by the confluence between: Systemic Functional Linguistics, more precisely the Systemic Functional Grammar from Halliday (1994) and Halliday and Matthiessen (2004); Socio-Rethoric Studies, mainly in Miller (2009a; 2009b), Swales (1990, 2004), Askehave and Swales (2009) and Bazerman (2011); and Critical Discourse Analysis, especially the postulates from Fairclough (2003, 2008). This is a qualitative and quantitative research, with ethnographic inspiration, whose steps of analysis sometimes present emphasis on social practice and sometimes on discursive practice. We analyzed diachronically (1973-2013) the cancer’s representation in the genre of science popularization (SP) reportage in the magazine *VEJA*. By analyzing 25 selected reportages under the criterion “with cover story”, we concentrated in possible angulation changes of the theme “cancer” (the disease, the scientific advances, the patients), the mobilized voices in the process of scientific discourse recontextualization and the rhetorical procedures in the process of cancer’s explanation (and, therefore, representation). The results showed that, through four decades, the discourse of recontextualization changed its approach angle. In the 1970s, the disease was featured. In the 1980s, 1990s and 2000s, the emphasis was given to scientific advances, and, in the 2010s, to the patients. In this discourse, the predominant voices are from the technicians/specialists, which apply the researchers’ knowledge. This shows that in a neither non-targeted nor specialized magazine as *VEJA* the trend is that such voices are those receiving more space to explain cancer to non-experts. In this SP process, the most used discursive procedures are the metaphors, especially those from the war field. The results yet showed that the representation in the disease’s perspective has not changed. Representations such as “war enemy”, “condemnation”, and “opponent” are reaffirmed over 40 years. However, the patient’s representation was altered. From “anonymous”, “undefended”, and “condemned”, they turn to the condition of “heroes”. In the midst of the SP in the media context, it was possible to verify that are at least three phenomena in the discourse(s): “spectacularization”, “conversalization”, and “commodification”.

**Keywords:** Critical Genre Analysis. Discourse. Genre of reportage of science popularization.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Síntese do percurso teórico-metodológico do estudo. ....	31
Figura 2 – Estratificação dos planos comunicativos.....	42
Figura 3 – Confluência do atual enquadre teórico da ACG. ....	44
Figura 4 – Metafunções da linguagem. ....	46
Figura 5 – Tipos de processos nas orações.....	50
Figura 6 – Exemplo de identificação de cartola/chapéu, manchete e manchetinha em capa da Revista <i>VEJA</i> .....	54
Figura 7 – Exemplo de um sistema de gêneros jornalísticos. ....	64
Figura 8 – Concepção tridimensional de discurso.....	72
Figura 9 – Categorias analíticas propostas no modelo tridimensional. ....	73
Figura 10 – Adaptação do Discurso como texto, interação e contexto de Fairclough (1989) e da Linguagem em seu ambiente semiótico de Martin (1992).....	79
Figura 11 – Esquema prototípico de explicação.....	97
Figura 12 – Possibilidades de reformulação.....	102
Figura 13 – Anúncio institucional da revista <i>VEJA</i> publicado na edição nº 1. ....	128
Figura 14 – Reprodução de peças da campanha publicitária "Seja" da revista <i>VEJA</i> . .....	135
Figura 15 – Reprodução de peças publicitárias da campanha "Indispensável para o que você quer" da revista <i>VEJA</i> .....	136
Figura 16 – Reprodução do primeiro anúncio da edição comemorativa aos 45 anos. .....	137
Figura 17 – Reprodução do segundo anúncio da edição comemorativa aos 45 anos. .....	138
Figura 18 – Percentual de leitores por sexo. ....	140
Figura 19 – Perfil dos leitores por idade. ....	140
Figura 20 – Perfil de leitores por classe social. ....	141
Figura 21 – Percentual de leitores por região do país. ....	142
Figura 22 – As duas primeiras páginas do texto da reportagem #23. ....	145
Figura 23 – Exemplo de identificação da angulação.....	146
Figura 24 – Exemplo de articulação da linguagem verbal e imagética para realçar informações.....	161
Figura 25 – Denominação das fases de representação. ....	173
Figura 26 – Exemplo de sinalização de discurso atribuído a outra(s) voz(es)/fonte(s). .....	181
Figura 27 – Exemplo de discurso direto destacado no texto visual. ....	188
Figura 28 – Reprodução das duas primeiras páginas da reportagem #22.....	193





## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Tipos de processos, seus significados e participantes característicos. ...	53
Quadro 2 – Manchetes e manchetinhas da análise-piloto ‘A função léxico-gramatical do item lexical câncer em manchetes da revista <i>Veja</i> ’ . . . . .	56
Quadro 3 – Reportagens que constituem o <i>corpus</i> de análise. . . . .	114
Quadro 4 – Relação entre angulação e valores-notícia. . . . .	150



## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Funções realizadas pelo item lexical câncer. ....	59
Tabela 2 – Mapeamento da angulação temática. ....	149
Tabela 3 – Posições enunciativas das vozes mobilizadas pelo jornalista. ....	179
Tabela 4 – Mapeamento das representações a partir de procedimentos discursivos explicativos. ....	200



## **LISTA DE SIGLAS**

**ACD** – Análise Crítica do Discurso  
**ACG** – Análise Crítica de Gênero  
**CCSP** – Clube de Criação de São Paulo  
**Ei** – Esquema Inicial  
**GSF** – Gramática Sistemico-Funcional  
**GDV** – Gramática do Design Visual  
**INCA** – Instituto Nacional do Câncer  
**ISD** – Interacionismo Sociodiscursivo  
**IVC** – Instituto Verificador de Circulação  
**LABLER** – Laboratório de Pesquisa e Ensino de Leitura e Redação  
**LSF** – Linguística Sistemico-Funcional  
**Oc** – Objeto complexo  
**PC** – Popularização da Ciência  
**PCN** – Parâmetros Curriculares Nacionais  
**PPGL** – Programa de Pós-Graduação em Letras  
**RI** – Representação por Identificação  
**RM** – Representação por Metáfora  
**RQ** – Representação por Qualificação  
**RR** – Representação por Reformulação  
**SR** – Sociorretórica  
**UFSM** – Universidade Federal de Santa Maria  
**UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina  
**UPF** – Universidade Pompeu Fabra  
**UNICRUZ** – Universidade de Cruz Alta



## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	23
<b>1 DELINEANDO O ENQUADRE TEÓRICO</b> .....	35
1.1 A LINGUAGEM COMO MEDIADORA DO PROCESSO DE PC .....	35
1.2 ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO E AS CORRENTES TEÓRICAS QUE A CONSTITUEM .....	38
<b>1.2.1 A Linguística Sistêmico-Funcional</b> .....	45
1.2.1.1 O sistema da transitividade – a oração como representação .....	49
1.2.1.2 A oração como representação – um estudo preliminar .....	53
<b>1.2.2 A Sociorretórica</b> .....	61
1.2.2.1 Sistema de gêneros jornalísticos .....	64
1.2.2.2 O gênero reportagem .....	68
<b>1.2.3 Análise Crítica do Discurso</b> .....	70
1.2.3.1 Análise crítica do discurso na dimensão do texto .....	74
1.2.3.2 Análise crítica do discurso na dimensão da prática discursiva .....	74
1.2.3.3 Análise crítica do discurso na dimensão da prática social .....	77
<b>2 A REPORTAGEM DE PC COMO PRÁTICA SOCIAL E DISCURSIVA</b> .....	83
2.1 A REPORTAGEM DE PC .....	83
2.2 A REPORTAGEM DE PC COMO PRÁTICA SOCIAL .....	85
<b>2.2.1 Teoria/hipótese de <i>Newsmaking</i></b> .....	85
<b>2.2.2 A Teoria dos Definidores Primários e a Espiral do Silêncio</b> .....	89
<b>2.2.3 Hipótese da <i>Agenda Setting</i> ou Teoria do Agendamento</b> .....	91
2.3 A PRÁTICA DISCURSIVA .....	93
<b>2.3.1 A explicação no processo de PC</b> .....	95
<b>2.3.2 A introdução de vozes</b> .....	99
<b>2.3.3 Aposto e glosa</b> .....	101
<b>2.3.4 As metáforas como representações não congruentes</b> .....	104
2.3.4.1 Metáforas gramaticais .....	105
2.3.4.2 Metáforas lexicais e conceptuais .....	107
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	111
3.1 UNIVERSO DA PESQUISA .....	111
3.2 CRITÉRIOS DE COLETA DO <i>CORPUS</i> .....	112
3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA E IDENTIFICAÇÃO DO <i>CORPUS</i> .....	113
3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE CONTEXTUAL E TEXTUAL .....	115
<b>3.4.1 Procedimentos de análise contextual de inspiração etnográfica</b> .....	116
<b>3.4.2 Procedimentos de análise textual</b> .....	117
3.4.2.1 Procedimentos para identificação da angulação temática .....	118
3.4.2.2 Procedimentos para o mapeamento das vozes .....	119
3.4.2.3 Procedimentos de análise da representação do câncer .....	120
<b>4 ANÁLISE COM ÊNFASE NAS PRÁTICAS SOCIAIS – O CONTEXTO DA REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER</b> .....	125
4.1 ANÁLISE CONTEXTUAL DE INSPIRAÇÃO ETNOGRÁFICA .....	125
<b>4.1.1 A revista <i>VEJA</i> pela revista <i>VEJA</i></b> .....	126
<b>4.1.2 A revista <i>VEJA</i> pelas campanhas publicitárias</b> .....	134
<b>4.1.3 Os leitores da revista <i>VEJA</i></b> .....	139
4.2 ANÁLISE CONTEXTUAL COM BASE EM ELEMENTOS DOS 25 TEXTOS DO <i>CORPUS</i> .....	143
<b>4.2.1 Identificação da angulação temática</b> .....	143

<b>4.2.2 A angulação temática e os valores-notícia</b> .....	150
<b>4.2.3 As fases da representação do câncer</b> .....	153
4.2.3.1 Década de 1970 – Fase de explicar a doença.....	153
4.2.3.2 Década de 1980 – Fase de acalantar esperanças.....	155
4.2.3.3 Década de 1990 – Fase de deflagrar guerra ao câncer e enfatizar a prevenção .....	158
4.2.3.4 Década de 2000 – Fase de comemorar vitórias da ciência .....	161
4.2.3.5 Década de 2010 – Fase de ressaltar o heroísmo dos pacientes .....	168
<b>5 ANÁLISE COM ÊNFASE NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS – AS VOZES E OS PROCEDIMENTOS DISCURSIVOS PRESENTES NA CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER</b> .....	177
<b>5.1 AS VOZES E SUAS POSIÇÕES ENUNCIATIVAS NO GÊNERO REPORTAGEM DE PC</b> .....	177
5.1.1 A voz do cientista .....	183
5.1.2 A voz do pesquisador-colega/técnico/instituição especializada.....	184
5.1.3 A voz do governo ou gestor público.....	185
5.1.4 A voz do público .....	187
5.1.5 A voz do paciente .....	187
5.1.6 A voz do jornalista .....	190
<b>5.2. A REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER EM 25 TEXTOS</b> .....	192
<b>5.2.1 A identificação do esquema explicativo prototípico e as marcas de recontextualização</b> .....	193
<b>5.2.2 Os procedimentos discursivos que constroem a representação do câncer</b> .....	199
5.2.2.1 Representação por Identificação .....	202
5.2.2.2 Representação por Atribuição/Qualificação .....	203
5.2.2.3 Representação por Reformulação .....	204
5.2.2.4 Representação por Metáfora .....	205
<b>5.3 AS PRINCIPAIS REPRESENTAÇÕES DO CÂNCER</b> .....	208
<b>5.4 A ESPETACULARIZAÇÃO, A CONVERSACIONALIZAÇÃO E A COMODIFICAÇÃO: TRÊS FENÔMENOS DISCURSIVOS DO GÊNERO REPORTAGEM DE PC</b> .....	211
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	219
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	225
<b>ANEXO A – PONTO DE VISTA – OS 30 ANOS DA REVISTA VEJA</b> .....	237
<b>ANEXO B – CARTA DO EDITOR – OS PRIMEIROS 40 ANOS DA REVISTA VEJA</b> .....	239
<b>ANEXO C – CARTA AO LEITOR – HÁ 45 ANOS SEMPRE A FAVOR DO BRASIL</b> .....	241
<b>ANEXO D – ARQUIVOS DIGITALIZADOS DO CORPUS DE ANÁLISE</b> .....	243



## INTRODUÇÃO

A capacidade do ser humano de, por meio da linguagem, estabelecer relações e de representar as experiências vividas (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004<sup>1</sup>, p. 29) é potencializada pelos meios de comunicação. Na contemporaneidade, as interações sociais e a construção das representações da experiência humana são cada vez mais mediadas e mediatizadas. Interações mediadas, conforme Thompson (1998, p. 26), são aquelas que ocorrem através do uso de algum meio técnico ou suporte tecnológico (telefone, carta, livro, jornal, revista, rádio, televisão, internet). A mediatização<sup>2</sup> está relacionada com as mensagens e/ou discursos que circulam na mídia, ou seja, no conjunto de meios de comunicação de massa. Para o entendimento desse conceito, o presente estudo alinha-se à perspectiva de Thompson (1998), que entende a comunicação de massa como:

[...] uma série de fenômenos que emergiram historicamente através do desenvolvimento de instituições que procuravam explorar novas oportunidades para reunir e registrar informações, para produzir e reproduzir formas simbólicas, e para transmitir informação e conteúdo simbólico para uma pluralidade de destinatários em troca de algum tipo de remuneração. (THOMPSON, 1998, p. 32).

Diferente das interações face a face, que ocorrem num contexto de copresença, nas interações mediadas, especialmente as mediatizadas, “as mensagens são produzidas por um grupo de indivíduos e transmitidas para outros situados em circunstâncias espaciais e temporais muito diferentes das encontradas no contexto original de produção” (THOMPSON, 1998, p. 31). As interações mediadas são, no entendimento de Thompson (1998, p. 79), uma “quase interação” em virtude de seu caráter monológico, uma vez que o fluxo da comunicação é predominantemente de

---

<sup>1</sup> A primeira edição de *An Introduction to Functional Grammar* teve a autoria apenas de Halliday e data de 1985. Em 2004, foi publicada a terceira edição, a qual contou com a revisão de Matthiessen.

<sup>2</sup> Autores brasileiros como Fausto Neto (2008) e Braga (2012) entendem que há uma distinção entre mediação, mediatização e midiatização. A ideia de mediação corresponde à percepção de que não temos um conhecimento direto dessa realidade – nosso relacionamento com o “real” é sempre intermediado por um “estar na realidade” em modo situado, por um ponto de vista – que é social, cultural, psicológico. O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu “momento” (BRAGA, 2012, p. 32). Nessa perspectiva, Fausto Neto (2008, p. 93) observa que, em um período que se pode denominar “sociedade dos meios”, as mídias “[...] teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos”. Já na sociedade de midiatização, “a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade” (BRAGA, 2012, p. 34-35).

“sentido único”. O leitor de um livro ou uma revista, por exemplo, é receptor de uma forma simbólica cujo emissor não exige (e não recebe) uma resposta direta e imediata. A “quase interação” possibilita um tipo de situação social na qual

[...] alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, enquanto estes se ocupam em receber formas simbólicas produzidas por outros a quem eles não podem responder, mas com quem podem criar laços de amizade, afeto e lealdade. (THOMPSON, 1998, p. 80).

Desse modo, uma interação, dependendo do meio pelo qual estiver ocorrendo, assume características que podem ser mais monológicas e menos dialógicas ou vice-versa<sup>3</sup>. Portanto, no cenário contemporâneo, as noções de tempo, espaço, interações e vivências dão lugar a uma nova concepção da realidade, na qual as representações da experiência humana estão sendo, a todo o momento, reconfiguradas ou recontextualizadas.

Para Fairclough (2003, p. 8), representar é construir textualmente o mundo social. As constituições discursivas possibilitadas pela linguagem incluem “aspectos do mundo físico (seus processos, objetos, relações, parâmetros espaciais e temporais), aspectos do ‘mundo mental’ de pensamentos, sentimentos, sensações [...] e os aspectos do mundo social” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 135, tradução nossa<sup>4</sup>). O mundo social também pode ser representado de “uma forma mais generalizada e abstrata em termos de estruturas, relações, tendências e assim por diante” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 134, tradução nossa). As representações (que estão no âmbito das ideias) são construídas nas interações sociais (sejam elas face a face ou mediadas e/ou midiadas) quando “o sistema de uma língua é ‘instanciado’ sob a forma de texto” (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004, p. 26, tradução nossa).

As interações sociais ou “ação recorrente e significativa” (MILLER, 2009a<sup>5</sup>, p. 45) que ocorrem pela instanciação de um sistema linguístico – seja ele verbal (escrito ou oral) ou até mesmo imagético – podem ser definidas como gêneros discursivos ou, como Bakhtin (2011<sup>6</sup>, p. 262) conceituava, como “tipos relativamente estáveis de

---

<sup>3</sup> Thompson (1998, p. 80) estabelece diferenciações entre as interações face a face, mediadas (conversa pelo telefone, por exemplo) e quase mediadas a partir de características interativas relacionadas ao espaço-tempo, às possibilidades de deixas simbólicas, à orientação da atividade (para receptores específicos ou indefinidos e potenciais) e à natureza monológica ou dialógica.

<sup>4</sup> Todas as traduções são de responsabilidade da autora deste trabalho.

<sup>5</sup> A publicação original deste texto de Miller data de 1984.

<sup>6</sup> No Brasil, a primeira edição desta obra de Bahktin data de 1992.

enunciados”, os quais podem surgir e serem organizados e reorganizados numa comunidade linguística a partir de determinados propósitos.

Nessa perspectiva, um gênero discursivo é constituído por duas dimensões: o discurso e o texto. O discurso expressa valores e ideias, podendo ser investido de ideologias e refletir hegemonias, enquanto o texto é a realização linguística onde se materializa o discurso. Para Fairclough (2008)<sup>7</sup>, ideologias são:

[...] significações/construções da realidade (o mundo físico, as relações sociais e as identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, reprodução ou a transformação das relações de dominação. [...] as ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem o status de senso comum [...]. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 117).

Já a hegemonia ocorre pela “construção de alianças e a integração, muito mais do que simplesmente a dominação de classes subalternas, mediante concessões ou meios ideológicos para ganhar seu consentimento” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 122) num determinado contexto social e cultural. Assim, os gêneros discursivos, além de viabilizarem a interação social, carregam em seu bojo ideologias que podem ser reafirmadas ou transformadas.

Para Miller (2009b<sup>8</sup>, p. 49), é possível caracterizar uma cultura através de seu conjunto de gêneros – “sistema de ações e interações que possui funções e lugares sociais específicos, como, também, valor ou função repetitiva e recorrente”. Nesse sentido, os gêneros discursivos não só estão presentes em todas as esferas da vida social, mas também são eles que a possibilitam e organizam. Na cultura midiática, por exemplo, estão presentes os gêneros discursivos jornalísticos, entre os quais se destaca a reportagem que, na definição de Marques de Melo (2003, p. 66), é o “relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística”. Uma reportagem, ao cumprir seu propósito de informar, constrói representações a respeito dos acontecimentos e, portanto, representações da realidade (ou daquilo que se entende por real). O gênero discursivo reportagem pode, ainda, apresentar-se com especificações a partir dos participantes envolvidos na interação que se dá nesse gênero (fontes de informação, jornalistas e público-alvo, por exemplo), de acordo com

---

<sup>7</sup> No Brasil, a primeira edição desta obra de Fairclough data de 2001.

<sup>8</sup> A publicação original deste texto de Miller data de 1994.

as temáticas que aborda (reportagem política, investigativa, econômica, de Popularização da Ciência (doravante, PC)) e os seus propósitos explícitos e implícitos<sup>9</sup>.

A partir dessas considerações iniciais, apresentamos o propósito central desta pesquisa: analisar a representação do câncer no gênero reportagem de PC. Em nosso estudo, o foco de investigação não está centrado necessariamente nas características estruturais desse gênero discursivo, mas no “processo de interlocução” (MOTTA-ROTH, 2006<sup>10</sup>, p. 146) ou, mais precisamente, nas “atividades culturalmente pertinentes, mediadas pela linguagem num dado contexto de situação, atravessado por discursos de ordens diversas” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 147) que o envolvem.

O processo de PC, na concepção adotada pelo grupo de pesquisa do Laboratório de Pesquisa e Ensino de Leitura e Redação (LABLER), no qual estou inserida, é entendido como um processo que envolve:

[...] a recontextualização do discurso científico para uma audiência de não especialistas, com a função de relatar novas pesquisas, explicando conceitos e princípios e ressaltando o significado social das descobertas científicas e tecnológicas. (MOTTA-ROTH, 2009, p. 6).

Tal recontextualização, no entanto, não implica numa simples transferência. Recontextualizar, como observa Fairclough (2006, p. 101), é um fenômeno complexo, que envolve mais do que de uma simples colonização. Trata-se de um processo de apropriação do discurso de um universo (científico, por exemplo) para outro (jornalístico) cujas características e resultados dependem das circunstâncias concretas dos diversos contextos.

Para a pesquisadora que elaborou e coordena o projeto guarda-chuva *Análise crítica de gêneros discursivos em práticas sociais de popularização da ciência* (MOTTA-ROTH, 2010)<sup>11</sup>, ao qual o presente estudo está vinculado, o processo de PC tem três eixos que o justificam:

1) o dever dos meios de comunicação (mais e menos acadêmicos) de informar a sociedade sobre o avanço do conhecimento;

<sup>9</sup> Poderíamos considerar como propósitos implícitos, por exemplo, vender exemplares de uma revista ou jornal onde a reportagem foi publicada ou estimular o consumo de um determinado produto/serviço mencionado na reportagem.

<sup>10</sup> A primeira publicação da obra em que está o texto de Motta-Roth (*Gêneros textuais: reflexões e ensino*, de Karwoski, Gaydeczka e Brito) data de 2005.

<sup>11</sup> Projeto de Produtividade em Pesquisa PQ/CNPq (nº 301713/2010-7).

- 2) a responsabilidade do mediador (seja jornalista ou autor de livros) em explicar princípios e conceitos para que a sociedade avance na transformação conjunta do conhecimento; e
- 3) a necessidade de a sociedade entender a relevância da pesquisa para que continue financiando a empreitada científica. (MOTTA-ROTH, 2009, p. 139-140).

Desse modo, popularizar a ciência é um processo que envolve práticas sociais e discursivas, além de propósitos e interesses diversos e nem sempre convergentes.

Neste estudo, a concepção de ciência é o conhecimento científico, embora estejamos cientes de que a concepção de ciência ainda não é plenamente consensual. Se, etimologicamente, o conhecimento pode ser compreendido por meio de uma definição ampla, genérica e abstrata como “crenças justificadamente verdadeiras” (VAN DIJK, 2011, p. 27), é possível constatar que tal definição faz pouco sentido em relação ao conhecimento real das pessoas ou à forma como ele é socializado por meio do discurso. Para van Dijk (2011, p. 27) “nem os acadêmicos nem as pessoas comuns estão interessados na absoluta e eterna verdade, mas no que é verdade para ela em suas próprias comunidades de conhecimento”. Muitas “verdades” científicas do passado, hoje, são consideradas crenças, equívocos, erros, preconceitos e superstições, tanto no senso comum ou dentro de comunidades científicas. No entanto, em algum momento da história, tais crenças funcionaram e eram aceitas como conhecimento.

Um estudo de Lovato (2014) – a partir de uma abordagem sócio-histórica e com base em autores como Ziman (1968), Popper (1975<sup>12</sup>), Latour (1987), Lyotard (2000<sup>13</sup>) e Kuhn (2003<sup>14</sup>) – estabelece distinção entre a ciência moderna e a pós-moderna. Na ciência moderna, há duas características fundamentais: a racionalidade (a separação entre o sujeito empírico e o objeto de análise, não permitindo valorações subjetivas) e o positivismo (as leis e teorias científicas são verdades definitivas, porque o seu conteúdo está baseado na experiência). Na ciência pós-moderna, há o reconhecimento da revisibilidade (o conhecimento é plausível de aferição) e da instabilidade (o caráter não definitivo do conhecimento).

O caráter não definitivo da ciência pós-moderna não se restringe apenas ao conhecimento, como observa van Dijk (2011, p. 28), mas também às instituições (as

---

<sup>12</sup> A primeira edição desta obra foi publicada na Alemanha em 1934.

<sup>13</sup> Publicada em 1979, a obra *The Postmodern Condition*, foi traduzida para o Brasil em 1986 sob o título *O pós-moderno*. A edição utilizada nesta tese, sob o título *A Condição Pós-moderna*, é de 2000.

<sup>14</sup> No Brasil, a primeira publicação desta obra de Kuhn data de 1975.

universidades, os laboratórios, as academias) que avaliam e aceitam tal conhecimento a partir de determinados critérios ou padrões. Nessa perspectiva, o conhecimento científico passa a ser entendido como produto de uma comunidade, e não de um indivíduo, e as descobertas feitas devem ser validadas por uma comunidade científica antes de serem aceitas como ciência. Tal entendimento possibilita ainda estabelecer distinções entre conhecimento e ideologia.

As ideologias (capitalista, socialista, feminista, pacifista, por exemplo) e as crenças não necessitam ser aceitas ou pressupostas como conhecimento por toda a comunidade de conhecimento e podem, inclusive, gerar conflitos e lutas sociais em sua defesa. Diferente do conhecimento, que é socialmente compartilhado e aceito, as crenças e ideologias não estão pressupostas no discurso entre membros de diferentes grupos, mas são reafirmadas e defendidas (VAN DIJK, 2011, p. 29). Por outro lado, se o conhecimento é relativo às comunidades de conhecimento e há um contato frequente entre essas comunidades, como é o caso da ciência e da mídia, então, o conhecimento pode estar mudando constantemente do mesmo modo que os discursos das comunidades de conhecimento. Considerando que, hoje, para muitas pessoas, o acesso ao conhecimento científico se dá exclusivamente pela mídia, é pertinente refletir a respeito das condições em que este conhecimento está sendo compartilhado por meio do discurso e que interesses podem estar envolvidos nesse processo.

Essas considerações preliminares ajudam a situar a perspectiva teórica adotada neste estudo, que está mais detalhada no Capítulo 1 e que norteou nossa análise acerca do discurso sobre o câncer no gênero reportagem de PC em edições da revista *VEJA* entre 1973 e 2013. O projeto de tese<sup>15</sup> foi concebido a partir de minha inserção no programa desenvolvido no LABLER da UFSM, dentro do grupo de pesquisa *Linguagem como Prática Social*, que integra a linha de pesquisa *Linguagem no Contexto Social* do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL/UFSM) e no projeto guarda-chuva mencionado anteriormente. Soma-se a esse fato a minha condição de jornalista que reconhece a importância da mídia em abordar pautas a respeito de descobertas científicas, em especial às relacionadas ao câncer, uma

---

<sup>15</sup> O projeto, inicialmente intitulado “Um estudo diacrônico da representação do câncer no gênero reportagem de PC na revista *Veja*”, está registrado no GAP sob o nº 031978.

doença (ou conjunto de doenças) que já causou muitas mortes e ainda apresenta elevados índices de casos diagnosticados<sup>16</sup>.

Outro motivo que estimulou a realização deste estudo é a constatação, como ex-paciente oncológica, da ocorrência de reações extremamente negativas a respeito do câncer, apesar dos avanços científicos consideráveis já obtidos em relação ao entendimento do que é a doença e das possíveis formas de prevenção, de diagnóstico e de tratamento. Tais avanços, inclusive, vêm recebendo espaço e atenção da mídia, até mesmo de emissoras de TV, jornais e revistas que não se dedicam exclusivamente à cobertura especializada a respeito da ciência. Apesar disso, ainda é possível presenciarmos reações desesperadas de pessoas quando informadas de um diagnóstico de câncer. Não é raro também alguns pacientes apresentarem atitudes de negação da doença, escondendo de amigos e familiares ou protelando o início do tratamento. Situações como essas suscitaram algumas indagações: afinal, que representação do câncer os meios de comunicação vêm construindo? Por que, apesar dos significativos avanços científicos (que permitem que muitos pacientes obtenham a cura ou sobrevida em boas condições), essa doença ou conjunto de doenças ainda causa tanto temor? Que representação do câncer vem sendo construída no contexto midiático? Que discurso(s) a mídia tem construído e colocado em circulação no contexto social? A representação da doença no(s) discurso(s) de PC se modificou na mesma medida em que avançaram os conhecimentos científicos acerca da doença?

O presente estudo tem como objetivo geral tentar responder tais indagações. Para tanto, escolhemos como universo de análise reportagens publicadas pela revista *VEJA*. A escolha da revista *VEJA*, entre tantas outras instituições jornalísticas, tem duas importantes razões: a referida publicação dispõe de um acervo digital de todas as suas edições (o que facilitou o acesso à consulta do material a ser pesquisado) e é a revista de informação geral de maior tiragem<sup>17</sup> no Brasil (mais de 1 milhão de exemplares e mais de 887,4 mil assinantes), com circulação nacional. Tais aspectos

---

<sup>16</sup> Conforme dados publicados pelo Instituto Nacional do Câncer (INCA), no Brasil, a estimativa para o ano de 2014, que será válida também para o ano de 2015, aponta para a ocorrência de aproximadamente de 576 mil novos casos de câncer, incluindo os casos de pele não melanoma, reforçando a magnitude do problema no país. Atualmente, a publicação é realizada a cada dois anos, sempre com base nas informações geradas pelos Registros de Câncer de Base Populacional (RCBP). Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/estimativa/2014/estimativa-24042014.pdf>>. Acesso 07 nov. 2015.

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impressa?anchor=circulation>>. Acesso em 07 nov. 2015.

de circulação e tiragem a situam como uma instituição que baliza muitas das grandes discussões no país, entre as quais os avanços da ciência em relação ao câncer.

Ao nos propormos estudar a representação do câncer no gênero reportagem de PC na revista *VEJA*, desdobramos o estudo nos seguintes objetivos específicos: (1) verificar os eixos temáticos (angulação) mais recorrentes (a doença, os pacientes, os avanços científicos) ao longo de 40 anos; (2) identificar as vozes presentes no processo de recontextualização do discurso científico, suas posições enunciativas e os papéis que assumem no gênero; (3) mapear as estratégias e procedimentos retóricos adotados nesse processo; (4) analisar as representações construídas em relação à doença, aos doentes e ao processo de tratamento do câncer no período de 1973 a 2013.

A apresentação do conteúdo investigado está organizada em cinco capítulos e o percurso teórico-metodológico está representado na Figura 1, a seguir. Tal sistematização procura, de certo modo, reconstituir o percurso de estudos desenvolvido durante os anos de doutoramento e ressaltar a relevância desta pesquisa para a área de Letras, especialmente da Linguística Aplicada, que procura desvelar a complexidade das práticas sociais e discursivas que constituem o gênero reportagem de popularização da ciência.

Os fundamentos teórico-metodológicos que ancoram esta pesquisa estão alinhados ao enquadre teórico do projeto guarda-chuva que o acolhe, ou seja, na Análise Crítica de Gênero (ACG), proposta originalmente por Meurer (2002) e desenvolvida posteriormente em trabalhos de Bhatia (2004), Motta-Roth (2006, 2008) e Bonini (2010), por exemplo, a partir dos pressupostos de “dialogismo” e “polifonia” de Bakhtin (2011) e pela observação “da relação estreita entre contexto e texto” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 147). Para o enquadre teórico da ACG, convergem três importantes correntes teóricas: a Análise Crítica do Discurso (ACD), proposta por Fairclough (1989, 2003, 2008); a Sociorretórica (SR), em que se destacam autores como Swales (1990; 2004), Miller (2009a; 2009b) e Bazerman (2011<sup>18</sup>); a Linguística Sistêmico-Funcional (LSF), preconizada pela Gramática Sistêmico-Funcional (GSF) de Halliday (1994<sup>19</sup>, 2004) e Halliday e Matthiessen (2004).

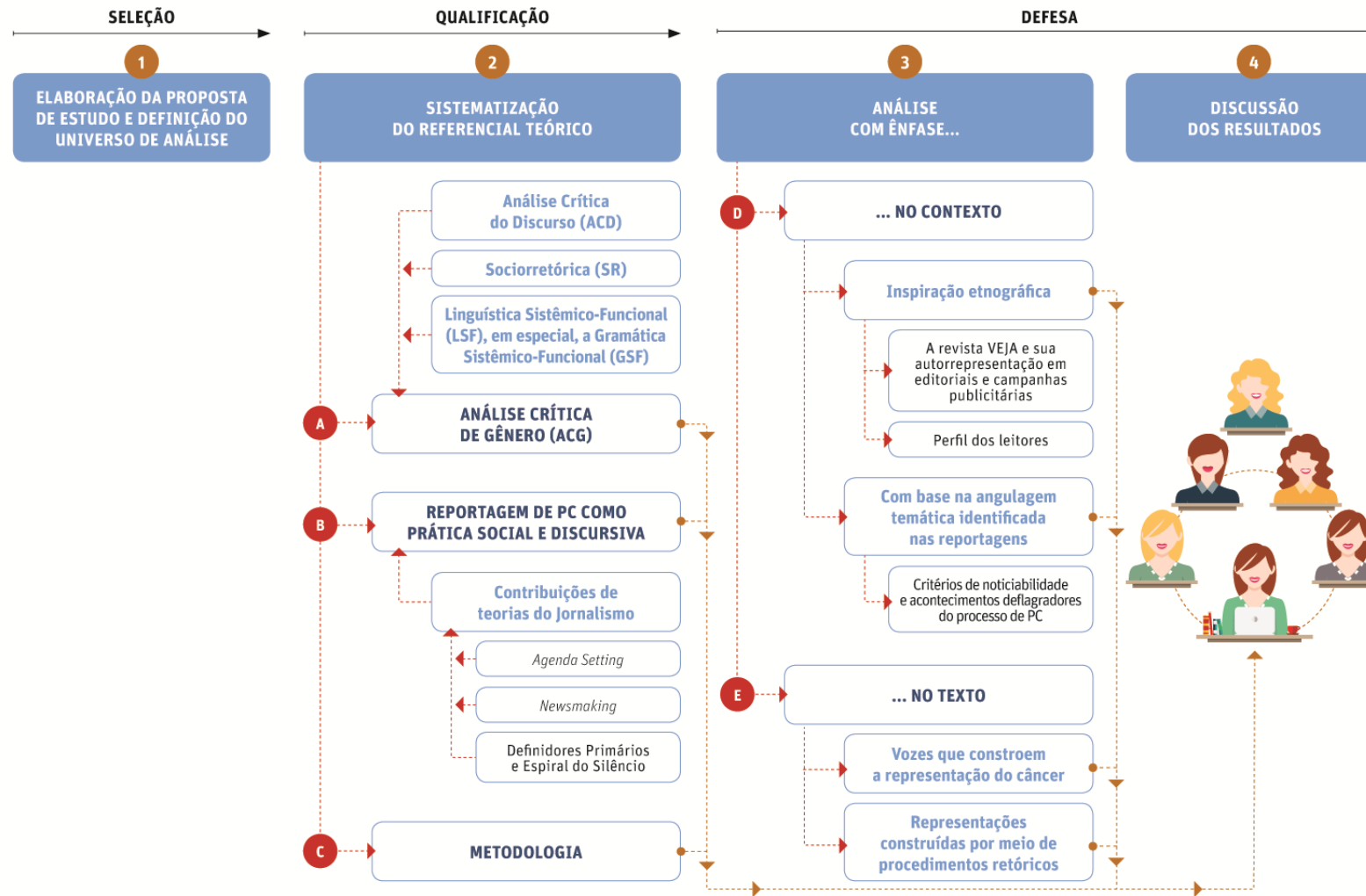
---

<sup>18</sup> No Brasil, a primeira publicação desta obra de Bazerman data de 2005.

<sup>19</sup> A primeira publicação desta obra de Halliday data de 1985.



Figura 1 – Síntese do percurso teórico-metodológico do estudo.



No primeiro capítulo (passo A, da etapa 2 da Figura 1), sistematizamos os fundamentos teóricos, enfatizando o que é preconizado pela ACG no estudo dos gêneros, ou seja, a necessária relação entre texto e contexto, visto que “uma situação discursiva não pode ser livre ou acontecer em um vácuo, desconectada do tempo e do espaço” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 155). Procuramos, por meio do olhar de estudiosos da linguagem e também de processos comunicacionais midiáticos, entender como as práticas sociais e discursivas estabelecem interações e representações.

O segundo capítulo (passo B, da etapa 2 da Figura 1) aborda a complexidade do gênero reportagem de PC, que se organiza e reorganiza a partir de práticas sociais e de recursos e estratégias discursivas em determinados contextos de situação e de cultura no decorrer de um processo histórico-cultural. Inicialmente, sistematizamos ideias centrais de algumas teorias do Jornalismo que nos permitem compreender melhor o campo recontextualizador da mídia e a lógica que o norteia e, posteriormente, retomamos estudos que se dedicaram a analisar procedimentos retóricos no processo de PC para, assim, melhor compreender as práticas discursivas no gênero reportagem de PC.

No terceiro capítulo (passo C, da etapa 2 da Figura 1) dedicamo-nos a explicitar o percurso metodológico deste estudo, detalhando o universo de análise, as técnicas de coleta do *corpus* e os procedimentos das análises contextual e textual, assim como as categorias de análise adotadas, visando identificar e interpretar a representação do câncer ao longo de 40 anos no gênero discursivo reportagem de PC.

Os resultados de nossa investigação estão descritos nos capítulos quatro e cinco (passos D e E, da etapa 3 da Figura 1). No quarto capítulo (passo D), nossa análise está centrada na prática social. Inicialmente, descrevemos o universo da pesquisa, procurando situar a instituição jornalística *VEJA* a partir dos valores que preconiza, dos propósitos que manifesta e da autoimagem que procura construir, além de informações sobre o perfil de seus leitores. Ainda com o propósito de melhor delinear o cenário em que se dá o processo de recontextualização do discurso científico, descrevemos os resultados do mapeamento da angulação temática de reportagens a respeito do câncer publicadas pela revista *VEJA*, procurando desvelar aspectos contextuais que envolveram tal abordagem e também reconstituir a narrativa construída a respeito do câncer na revista *VEJA* ao longo de 40 anos.

No quinto capítulo (passo E, da etapa 3 da Figura 1), nossa análise centra-se nas práticas discursivas que possibilitam a construção da representação do câncer. Inicialmente, identificamos as vozes que constroem essa representação e posteriormente os procedimentos retóricos instanciados por essas vozes para explicar a doença. A análise dos dados mapeados é realizada por meio de procedimentos quali-quantitativos. Nesse último capítulo, apresentamos, ainda, nossas interpretações e explicações a respeito de como o processo de recontextualização do discurso da ciência construiu e/ou reconstruiu, por meio da linguagem (verbal), a representação do câncer, procurando discutir outras questões subjacentes que envolvem o “agendar” a ciência no cotidiano dos cidadãos e em que medida a revista *VEJA* contribuiu, ou não, para mudanças na construção da representação do câncer, dos conhecimentos científicos e dos próprios pacientes.



## 1 DELINEANDO O ENQUADRE TEÓRICO

O objetivo, neste primeiro capítulo, é apresentar o enquadre teórico que ancora nossa pesquisa. Na seção 1.1, refletimos acerca da centralidade da linguagem no contexto social e sua condição de realizadora do processo de PC. Na seção 1.2, apresentamos os pressupostos teóricos da ACG e as correntes teóricas que a constituem, procurando explicitar as contribuições de cada uma para os estudos relacionados a gêneros discursivos e, em especial, à proposta de investigação de nosso estudo. Na subseção 1.2.1, abordaremos a LSF a partir de Halliday (1994) e Halliday e Matthiessen (2004), com ênfase no sistema da transitividade, metafunção ideacional e oração como representação. Na subseção 1.2.2, dedicamo-nos a sistematizar as ideias centrais da SR a partir do pressuposto norteador de “propósito comunicativo” como critério válido nos estudos referentes a gêneros discursivos. Por fim, na subseção 1.2.3, dedicamo-nos a sistematizar os pressupostos da ACD, proposta de Fairclough (1989, 2003, 2008), que defende a tridimensionalidade da linguagem em uso e enfatiza a necessidade de estudá-la não só como texto, mas como uma prática discursiva e social.

### 1.1 A LINGUAGEM COMO MEDIADORA DO PROCESSO DE PC

O acesso ao conhecimento científico – proporcionado, conquistado ou construído coletivamente – se dá por meio de processos de comunicação e tais processos só se viabilizam por meio de um sistema linguístico. É pela instanciação de um “potencial de significados” à disposição dos falantes/escreventes que se torna possível “dar sentido a nossa experiência”, “realizar nossas interações com outras pessoas” (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004, p. 24, tradução nossa) e construir representações.

Para Fairclough (2003, p. 3), representar é construir em texto o mundo social, uma vez que a linguagem nos possibilita construir representações de “aspectos do mundo físico, do mundo mental e aspectos do mundo social”. Nessa perspectiva, a instanciação de linguagem(ens) é um fenômeno/processo *sine qua non* da vida em sociedade e, como já observara Bakhtin (2011, p. 261), “todos os campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem”. A utilização se dá por meio de

enunciados (orais e escritos) associados a uma ou outra esfera da atividade humana, refletindo as condições específicas e as finalidades de cada um desses campos. Tais enunciados podem ser identificados ou reconhecidos “não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo de linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional” (BAKHTIN, 2011, p. 261).

Para Bakhtin (2011), cada esfera de utilização da língua/linguagem vai, ao longo do tempo, organizando seus “tipos relativamente estáveis de enunciados” ou “gêneros do discurso” (BAKHTIN, 2011, p. 262), que podem ser de riqueza e variedade infinitas. À medida que dado campo da atividade humana se desenvolve e fica mais complexo, pode produzir um repertório de gêneros do discurso que vai se diferenciando e ampliando. Nessa complexificação, os enunciados que se constituíram em circunstâncias de comunicação verbal espontânea (uma carta, um diálogo do cotidiano), por ele denominados de “gêneros primários”, podem se tornar componentes de gêneros mais complexos, os “secundários” (romance, novela, reportagem), que “surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado (predominantemente escrito) – artístico, científico, sociopolítico, etc.” (BAKHTIN, 2011, p. 263).

Quando os gêneros primários se tornam componentes de um secundário, sofrem transformações, ou seja, “perdem o vínculo imediato com a realidade concreta e os enunciados reais alheios” (BAKHTIN, 2011, p. 263). Nessa perspectiva, uma entrevista realizada em um contexto de copresença espacial e temporal, ao tornar-se componente de uma reportagem, conserva a sua forma e o seu significado cotidiano apenas no plano do conteúdo do texto em questão, integrando-se à realidade existente a partir da reportagem como um todo. As inovações podem derivar ou serem constituídas pela associação de gêneros primários ou, ainda, através do refinamento/especialização de gêneros secundários. A produção de novos gêneros discursivos no processo histórico pode levar ao desuso de alguns e ao surgimento de outros.

No cenário contemporâneo, por exemplo, o avanço tecnológico na área da informática está oportunizando o surgimento de novos gêneros discursivos, como, por exemplo, os *chats*, que reproduzem diálogo cotidiano mediado pelo computador, ou *posts* em redes sociais que, de certo modo, assemelham-se às antigas discussões em praça pública. No campo jornalístico, o gênero reportagem (secundário), ao ser

interseccionado com diferentes esferas da atividade humana, refina-se, originando um novo gênero, a reportagem especializada (esportiva, política, econômica ou a de PC, por exemplo). Esse gênero singular mantém as características comuns ao texto de reportagem, mas, por outro lado, apresenta determinadas especificidades não só de conteúdo, mas, principalmente, de composição (organização retórica e estratégias discursivas), as quais estão descritas no Capítulo 2, seção 2.3.

Assim, diante da riqueza de gêneros discursivos na sociedade, a relevância dos estudos desse campo nos parece sempre pertinente. A heterogeneidade dos gêneros discursivos amplia as possibilidades de inter(ação) social. Isso, no entanto, não significa, necessariamente, uma vida social mais democrática e igualitária, uma vez que o funcionamento da linguagem e dos diferentes gêneros é um processo complexo que exige competência/capacidade discursiva e pode provocar e/ou refletir relações assimétricas de poder. A posição que um indivíduo assume em dada esfera, campo ou instituição está estreitamente ligada ao poder, isto é, à “sua capacidade de agir para alcançar os próprios objetivos ou interesses, à capacidade de intervir nos acontecimentos e em suas consequências” (THOMPSON, 1998, p. 21).

No mundo social, Thompson (1998, p. 22-25) identifica quatro principais formas de poder: econômico (material e financeiro), político (autoridade), coercitivo (força física e armada) e simbólico (meios de informação e comunicação). O “poder simbólico” – expressão que Thompson adota a partir de Bourdieu (1989) – é exercido por meio da instanciação de linguagem(ens) e refere-se à “capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas” (THOMPSON, 1998, p. 24). Nesse sentido, quanto maior for a capacidade/competência nas interações mediadas pela linguagem, maiores serão as chances de êxito dos falantes e escreventes em influenciar a ação dos outros e, por consequência, alcançar seus próprios objetivos. Tendo em mente a complexidade das práticas discursivas, verifica-se a relevância dos estudos a respeito dos gêneros discursivos, especialmente os que são desenvolvidos numa perspectiva crítica como a ACG.

No Brasil, essa abordagem tem, entre seus precursores, Meurer e Mota-Roth (2002). Ao proporem o estudo/ensino da linguagem por meio da análise do(s) gênero(s), salientam que, através deles, “[...] as pessoas adquirem, transmitem e recriam formas de conhecimento, estabelecem relações sociais, constroem e defrontam-se com identidades diversas [...]” (MEURER; MOTTA-ROTH, 2002, p. 12).

Nessa perspectiva, a linguagem, organizada em gêneros e como sistema que medeia as interações sociais, torna-se um instrumento de poder. O empoderamento se dá em função da potencialidade da linguagem de “mediar nossa ação sobre o mundo (declarando e negociando), de levar os outros a agir (persuadindo), de construir mundos possíveis (representando e avaliando)” (MEURER; MOTTA-ROTH, 2002, p. 10).

Desse modo, entendemos que as concepções teórico-metodológicas da ACG que detalhamos a seguir são as mais adequadas para analisar a representação do câncer construída a partir de certas circunstâncias e em determinado momento sócio-histórico – objetivo central deste estudo.

## 1.2 ANÁLISE CRÍTICA DE GÊNERO E AS CORRENTES TEÓRICAS QUE A CONSTITUEM

A ACG, proposta, cronologicamente, por Motta-Roth e Meurer (2002), Meurer (2004), Bhatia, (2004), Motta-Roth, (2006, 2008) e Bonini (2010), ampara-se em pressupostos como o de “dialogismo” e “polifonia” de Bakhtin (2011), processo de interação entre textos e discursos e pela observação “da relação estreita entre contexto e texto” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 147). Tal perspectiva teórica começou a ser engendrada na década 1980, quando o conceito de gênero “assumiu um novo papel na Lingüística Aplicada [...], especialmente no contexto anglofônico” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 343). A pesquisadora observa que autores comprometidos com a educação linguística começaram a usar o termo com frequência na teorização das práticas.

Exemplos de marcos teóricos são: o trabalho sobre introduções de artigos de John Swales (1981), o artigo de Carolyn Miller (1984) acerca dos gêneros como tipos de ação social, o livro de Gunther Kress (1989) sobre gêneros como processos lingüísticos na prática sociocultural e o de Jim Martin (1985/1989) sobre o ensino de redação na escola como uma prática concreta de exploração e desafio da realidade social. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 343).

Ao longo dos anos, esses estudiosos dedicaram-se a analisar os diferentes aspectos da linguagem. Embora observando o mesmo objeto a partir de perspectivas específicas de acordo com seus respectivos interesses (elementos léxico-gramaticais, estruturas retóricas, contextualização do discurso) e elaborando diferentes



representações para o conceito de gênero, “guardam um ponto comum: a análise de textos, em seu conteúdo temático, organização retórica e formas lingüísticas, em função dos objetivos comunicativos compartilhados por pessoas envolvidas em atividades sociais, em contextos culturais específicos” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 343).

O desenvolvimento da pesquisa sobre gêneros nos países anglofônicos apresenta correspondência em boa parte dos estudos realizados no Brasil, como, por exemplo, aqueles de um grupo de pesquisa da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), na década de 1990, “que gravitava ao redor de dois professores da UFSC: José Luiz Meurer e Carmen Rosa Caldas Coulthard (e, em alguma medida, em torno de Malcom Coulthard)” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 346), com alunos de mestrado e doutorado.

Ao organizar um “inventário” de contribuições teórico-metodológicas da ACG para a pesquisa e o ensino da linguagem, Motta Roth (2008), a partir de Bhatia (2004), identifica três fases cronológicas no estudo de textos escritos. São elas:

A primeira fase identificada por Bhatia (2004: 4-8) inclui os estudos das décadas de 60, 70 e virada dos anos 80, que buscavam verificar a recorrência de elementos léxico-gramaticais dentro dos limites da sentença. Os estudos dessa primeira fase enfocavam a textualização e a léxico-gramática. Já na parte final dessa fase, as pesquisas identificam-se com a Lingüística Textual de autores como Beaugrande & Dressler (1981), pois buscavam identificar traços de textualidade na superfície dos textos.

Nos anos 80 e 90, os estudos sobre organização textual da segunda fase (cf.: Bhatia 2004: 8-10) enfocavam a macroestrutura do texto para identificar regularidades na organização do discurso em termos de estruturas textuais básicas, estruturas retóricas ou esquemáticas. A ênfase é menos no contexto e mais nos aspectos macroestruturais.

Ao final dos anos 90 e início dos 2000, surgem múltiplos olhares sobre o fenômeno dos gêneros discursivos, com freqüente referência aos escritos de Mikhail Bakhtin e à análise do discurso crítica de Norman Fairclough. Essa terceira fase dos estudos de gêneros escritos enfatiza a contextualização do discurso, os aspectos externos da construção dos gêneros (cf.: Bhatia 2004: 11). (MOTTA-ROTH, 2008, p. 343-344).

A pesquisadora salienta que cada um desses períodos representa um marco na elaboração de teorização sobre gêneros, com destaque para a segunda e terceira fases.

A segunda fase representa um marco, porque, nessa época, emergem as teorias de gênero sobre textos escritos institucionalizados, especialmente aqueles do contexto educacional (cf.: Bhatia 2004:10). Nessa fase, cria-se um aparato teórico com três enquadramentos teóricos (cf.: Hyon 1996; Bhatia 2004), freqüentemente chamados de escolas:

1. A escola britânica de ESP, formada por autores como Swales (1990) e Bhatia (1993), com foco na organização retórica dos “tipos de textos,

- definidos por suas propriedades formais bem como por seus objetivos comunicativos dentro de contextos sociais” (Hyon 1996: 695);
2. A Escola Americana da nova retórica ou sócio-retórica, representada por Bazerman (1988) e Miller (1984), com foco nos contextos sociais e nos atos de fala que os gêneros realizam numa dada situação (Hyon 1996:696);
  3. A Escola Sistêmico-Funcional de Sydney, representada por Halliday e Hasan (1985/1989) e Martin (1985/1989), com foco na léxico-gramática e nas funções desempenhadas por ela nos contextos sociais. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 344).

Motta-Roth (2008, p. 345) menciona uma quarta vertente teórica, a da chamada escola suíça, representada por autores como Jean-Paul Bronckart, Bernard Schneuwly e Joachin Dolz.

Tomando o trabalho de J.-P. Bronckart como exemplo, pode-se dizer que o Interacionismo Sócio-Discursivo (ISD) teoriza centralmente sobre a semiotização das relações sociais, tendo como base o trabalho do Círculo de estudos de Lev Vygotsky (Bronckart 1999:13; Bronckart 2006:7;9-10; 15) e o conceito de ação social, desenvolvido nas teses de Gertrude Elizabeth Margareth Anscombe (1957) e Jürgen Habermas (1987) (cf.:Bronckart 2006:15; 46). (MOTTA-ROTH, 2008, p. 345).

A partir dessas quatro escolas são desenvolvidas, no Brasil, muitas pesquisas que originam “um pensamento voltado para as práticas pedagógicas de linguagem” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 345), o qual embasa propostas diversas. Um exemplo é o das políticas públicas, como os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN), a partir da influência do Interacionismo Sociodiscursivo (ISD) e da teorização de Bakhtin, ou de reformas curriculares, como a que foi implementada no Curso de Letras-Ingês da UFSM, inspirada nos quadros teóricos da SR americana e da LSF australiana. Assim, o conceito de gênero como base de elaboração da proposta de ensino da linguagem foi conquistando reconhecimento.

Essa perspectiva da linguagem adotada nos Parâmetros Curriculares Nacionais (doravante PCN) é orientada para a vida social e se configura em um avanço, se comparada à visão estruturalista amplamente adotada na escola até bem recentemente, em que se definia um programa de curso em termos de categorias da gramática normativa a serem trabalhadas de modo descontextualizado, tais como a concordância verbal e o emprego dos advérbios. (MOTTA-ROTH, 2006, p. 497 apud MOTTA-ROTH, 2008, p. 347).

A consolidação dessa perspectiva por meio de documentos oficiais criou um aparato teórico interdisciplinar a partir do conceito de gênero. Nos anos 2000, como

descreve Motta-Roth (2008), há um cenário de múltiplos olhares sobre o fenômeno dos gêneros discursivos.

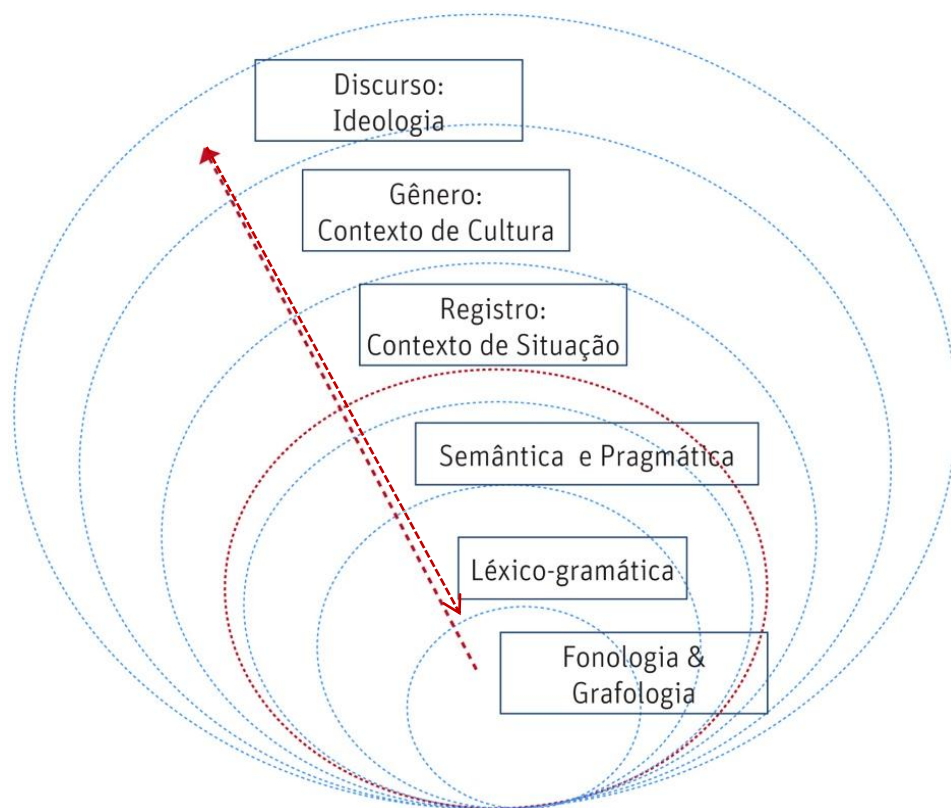
Nesta última fase dos estudos do texto escrito, identificada por Bhatia (2004) como de contextualização do discurso, a referência aos escritos de Bakhtin e à análise do discurso crítica, como a proposta por Norman Fairclough, entre outros, é cada vez mais freqüente e o conceito de gênero é cada vez mais expandido para além dos limites do léxico e da gramática, para abarcar o contexto social, o discurso e a ideologia [...]. Tal expansão demanda que as análises considerem as condições de produção, distribuição e consumo do texto, e focalizem os textos que circulam na sociedade contra o pano de fundo do momento histórico. Olham-se as finalidades e a organização econômica dos grupos sociais, em termos de vida cotidiana, negócios, meios de produção, formações ideológicas, etc., que determinam o conteúdo, o estilo e a construção composicional dos gêneros [...]. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 351).

Essa análise ampliada do texto, que se preocupa com o seu entorno, está esquematizada na Figura 2, em que se procura distinguir as possibilidades de análise propostas pela ACG. A análise pode se dar o longo do contínuo entre o extremo da instância imediata de uso da linguagem – do léxico e da gramática instanciados na fonologia/grafologia – até o extremo mais abstrato – do discurso, instanciado no gênero e no registro.

A Figura 2, como salienta a pesquisadora, é uma analogia visual do desenvolvimento cronológico dos estudos de gêneros discursivos em relação à estratificação dos planos comunicativos, na qual a flecha ascendente indica o percurso dos estudos de gêneros a partir do enfoque na instanciação fonológica ou grafológica do léxico e da gramática até estudos centrados na instanciação do discurso e da ideologia pelo registro e pelo gênero.

Cada círculo concêntrico recontextualiza os círculos menores e, assim, subseqüentemente (cf.: Martin 1992:496), à medida que a análise passa a enfocar unidades cada vez maiores, da fonologia ao discurso. A linha mais espessa demarca o contexto que circunscribe os planos da fonologia, da gramática e da semântica. Nessa representação, gênero é uma conformação de significados recorrentes, organizada em estágios e orientada para o objetivo de realizar práticas sociais (cf.: Martin 2002: 269). Essa conformação é específica da cultura (cf.: Halliday 1978: 145), portanto, é uma unidade mais ampla do que o texto – “linguagem que é funcional”, que realiza uma tarefa em algum contexto (Halliday 1985/1989: 5), “uma instância real de linguagem em uso” (Fairclough 2003:3) – e menos abrangente do que discurso – visões particulares formuladas na linguagem em uso (cf.: Fairclough 2003: 3). A ampliação do foco dos estudos de gênero da léxico-gramática para o discurso indica a busca por um entendimento mais rico da conexão entre texto e contexto. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 353).

Figura 2 – Estratificação dos planos comunicativos.



Fonte: Motta-Roth (2008, p. 352), adaptada de Martin (1992, p. 496) e de Hedges (2005, p. 6).

Nessa perspectiva, qualquer análise de texto requer que se olhe também para o contexto. Fuzer e Cabral (2010, p. 13) salientam que “[...] o texto realiza-se em orações; [...] é produto de seu entorno e funciona nele”. Assim, qualquer uso linguístico que se construa em um texto está sempre envolvido por um contexto que se desdobra em dois: o de Situação e o de Cultura. O Contexto de Situação pode ser entendido como ambiente imediato em que o texto está funcionando ou “todos os fatores que dão forma a um momento no qual uma pessoa se sente chamada a estabelecer trocas simbólicas” (BAZERMAN, 1988 apud MOTTA-ROTH, 2006, p. 149). Pela relação estreita entre texto e Contexto de Situação, os ouvintes/leitores podem prever o que está por vir no texto. Por exemplo, as saudações são “textos” produzidos para manifestar amizade, afeto, apreço e/ou admiração. Porém sua realização será diferente no contexto de uma festa de aniversário e no contexto de um funeral.

No modelo teórico de Halliday (1989), explicado por Fuzer e Cabral (2010, p.15-17), o Contexto de Situação é formado/constituído por três variáveis: campo (natureza da ação social que está ocorrendo), relações (da natureza dos papéis que os

participantes desempenham) e modo (a função que a linguagem exerce e o veículo utilizado naquela situação). O Contexto de Cultura está relacionado com um ambiente sociocultural mais amplo, que inclui convenções sociais, instituições e ideologia e “é mais estável que o contexto de situação, já que se constitui de práticas, valores e crenças mais recorrentes que permanecem ao longo do tempo numa comunidade e são compartilhados no grupo social” (FUZER; CABRAL, 2010, p. 16).

Meurer (2004, p. 136) observa que as noções sociológicas como elementos de contextualização, na perspectiva da LSF, constituem o Contexto de Cultura, enquanto, na ACD proposta por Fairclough (2008), em seu modelo tridimensional (que detalharemos na subseção 1.2.3), diz respeito à análise de textos como prática social. Meurer (2004, p. 135) sugere que podemos verificar ocorrências de intercontextualidade quando “dois ou mais contextos se interligam e se interpenetram em uma determinada prática social”. “Na intercontextualidade, um contexto é “levado” para outro contexto e dá-se o compartilhamento de características de ambos, muitas vezes com o predomínio de um sobre o outro” (MEURER, 2004, p. 134). Na reportagem de PC, por exemplo, ocorre uma interligação entre os contextos científico e jornalístico.

Nessa nova perspectiva de estudos da linguagem, gestada a partir da década de 1980, o foco das pesquisas foi ampliado “do texto, como ‘produto’ em suas características estruturais, até o texto em seu contexto como ‘processo’ de interlocução” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 146). Desse modo, a noção de gênero “assume centralidade e é enriquecida por conceitos da perspectiva sociológica ou sócio-histórica de Mikhail Bakhtin (1929/1995)” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 354). Tais conceitos podem ser assim situados:

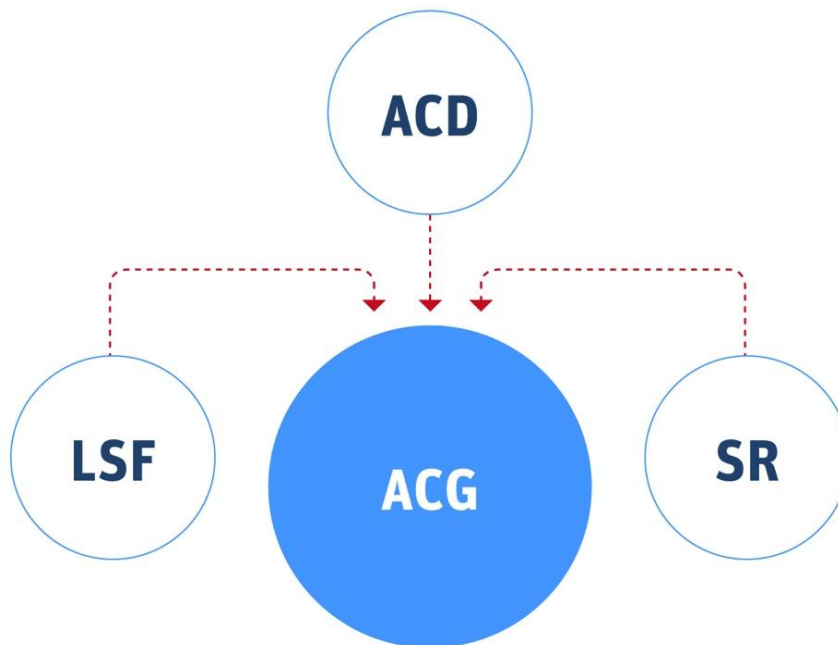
1) a heterogeneidade (a instabilidade e fluidez dos usos da linguagem); 2) o dialogismo (a interação entre leitor e autor no espaço do texto); 3) a polifonia (a capacidade do texto de evocar diferentes pontos de vista ou vozes sociais que polemizam entre si, se complementam ou respondem umas às outras), e 4) a intertextualidade (a capacidade de um texto evocar outros textos existentes na cultura) (cf.: Pessoa de Barros 1994: 2-5). (MOTTA-ROTH, 2008, p. 354).

A pesquisadora chama atenção para o fato de que o impacto do pensamento sociológico de Bakhtin e de visões contemporâneas alinhadas a ele, como a ACD de Fairclough (2003, 2008), é percebido em diferentes estudos da linguagem:

No caso da Análise de Gênero, Bakhtin e Fairclough, antes ausentes, aparecem nos livros mais recentes de Swales (1990; 2004) e Bhatia (1993; 2004). Também se intensifica a referência a Bakhtin e Fairclough nas obras mais recentes de linguísticas sistêmico-funcionais, como Martin e Rose (2003). (MOTTA-ROTH, 2008, p. 354).

A combinação das vertentes teóricas consolida um aparato teórico-metodológico (Figura 3) que procura dar conta da complexidade dos estudos da linguagem, possibilitando-nos avançar um pouco mais nesse vasto campo do conhecimento.

Figura 3 – Confluência do atual enquadre teórico da ACG.



Cada vertente nos ajuda a compreender a linguagem por uma determinada perspectiva, uma vez que todas estão presentes na linguagem em uso e a junção dessas perspectivas nos permite uma análise mais detalhada e rica. Nesse estudo, especificamente, a LSF nos oferece o suporte para entender como o sistema linguístico instanciado constrói representações do câncer. A partir do aporte teórico da SR podemos estudar como a reportagem de PC se constitui numa ação sociocomunicativa mediada pela linguagem, resultante de um processo histórico-cultural, na qual interações são estabelecidas e representações são construídas. E, finalmente, pelos pressupostos da ACD, podemos compreender como as representações (neste caso, do câncer) presentes nos discursos contribuem para a

construção de identidades e relações sociais e de sistemas de conhecimento e crença.

Após descrevermos o percurso de constituição da ACG a partir da sistematização de Motta-Roth (2008), passamos ao detalhamento do seu atual enquadre teórico. Na subseção 1.2.1, mostraremos os pressupostos da LSF, em especial a GSF de Halliday (1994) e Halliday e Matthiessen (2004), mais especificamente o sistema da transitividade. Na subseção 1.2.2, apresentaremos a SR, em que se destacam autores como Swales (1990, 2004), Miller (2009a, 2009b) e Bazerman (2011). Por fim, na subseção 1.2.3, discutiremos a ACD proposta por Fairclough (1989, 2003, 2008).

### **1.2.1 A Linguística Sistêmico-Funcional**

A LSF, teoria social concebida a partir de Halliday (1994) e Halliday e Matthiessen (2004), oferece os fundamentos para estudar o(s) gênero(s) a partir de sua estrutura potencial e como dimensão semiótica de uma situação de interação. A linguagem se materializa em texto, ou seja, toda instância da linguagem, em qualquer meio, capaz de representar a experiência humana e de estabelecer relações (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004, p. 3). Assim, pela GSF é possível identificar as estruturas da linguagem verbal (oral ou escrita) que contribuem para o significado de um texto.

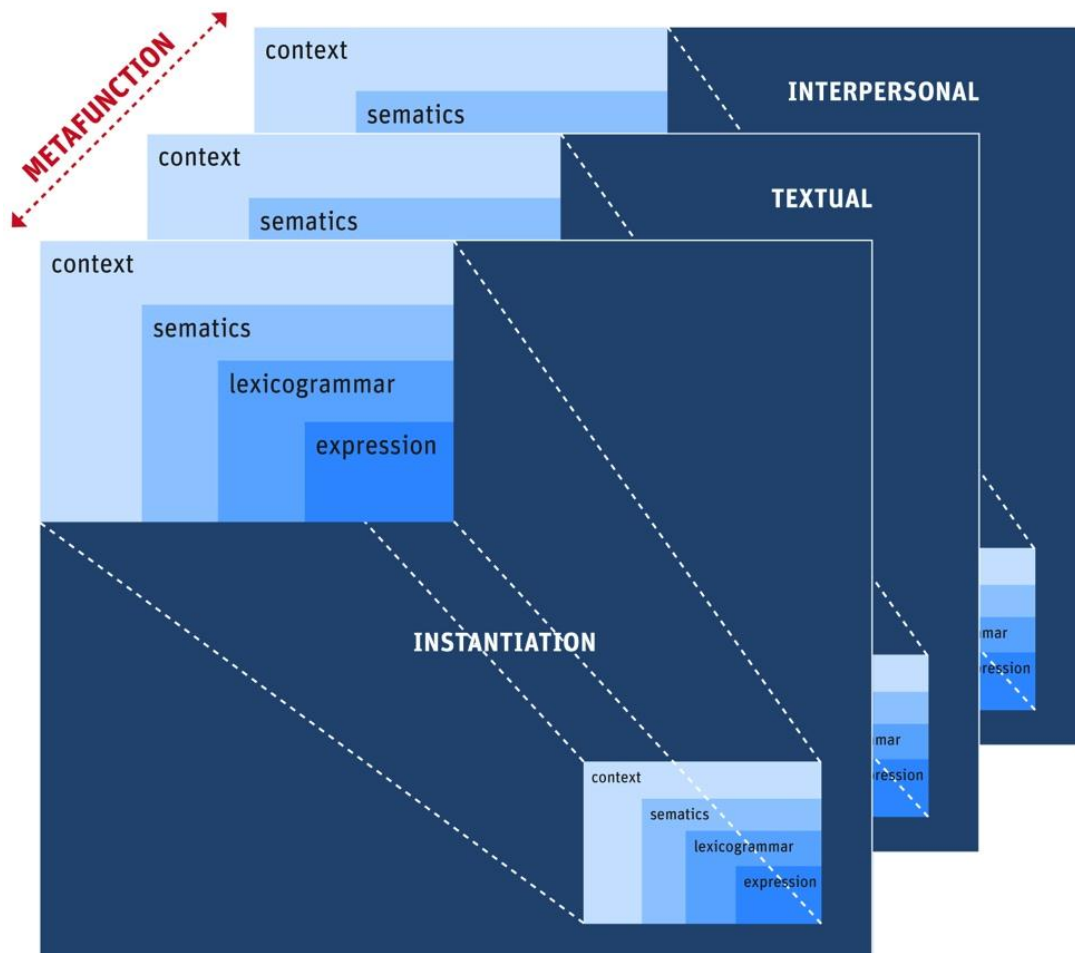
Na perspectiva da LSF, a linguagem é “uma entidade viva presente em situações, grupos, locais e eventos variados e, como tal, sofre a influência destes e de outros fatores” (FUZER; CABRAL, 2010, p. 5). E, como propriedade de comunidades, culturas e indivíduos, a língua é um potencial de significados à disposição dos falantes que dela fazem uso para estabelecer relações, representar o mundo e, com isso, satisfazer determinadas necessidades em contextos sociais específicos.

Ao explicitar a teoria concebida por Halliday (1994), Fuzer e Cabral (2010) observam que ela é sistêmica, visto que entende a língua como redes de sistemas linguísticos interligados que permitem a construção de significados, sendo cada sistema um conjunto de alternativas possíveis que podem ser semânticas, léxico-gramaticais ou fonológicas/grafológicas. É também funcional, pois explica as

estruturas gramaticais em relação ao significado e às funções que a linguagem desempenha em textos e em determinados contextos.

Assim, a GSF busca identificar as estruturas de linguagem específicas que contribuem para o significado de um texto. Os propósitos que estão subjacentes a todos os usos da linguagem são manifestados ou podem ser percebidos/analísados por meio de três metafunções: ideacional/representacional (compreender o meio), interpessoal (relacionar-se com os outros) e textual (organizar a informação), as quais estão representadas na Figura 4.

Figura 4 – Metafunções da linguagem.



Fonte: Halliday e Matthiessen (2004, p. 30).

Para fins didáticos ou de análise, as três são estudadas separadamente, embora ocorram simultaneamente na linguagem em uso. É importante salientar que a tri funcionalidade não se restringe à linguagem verbal. Kress e van Leeuwen (1996),



numa perspectiva hallidayana, entendem que a linguagem visual também tem tripla função. O que Halliday denomina como metafunção, Kress e van Leeuwen nomeiam como função, que pode ser definida das seguintes formas: (1) Representacional – responsável pelas estruturas que constroem a natureza dos eventos, dos participantes envolvidos e das circunstâncias em que ocorrem; (2) Interativa – relativa aos recursos visuais responsáveis pela relação de quem vê e o que é visto; (3) Composicional – relacionada ao significado que se apreende por meio da distribuição do valor da informação ou da ênfase dada a determinados elementos da imagem. Para os autores da Gramática do Design Visual (GDV), as escolhas dos modos semióticos não acontecem de forma aleatória ou sem interesses, pois “as estruturas visuais nunca são meramente formais: elas têm uma dimensão semântica profundamente importante” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 47).

Na GDV, proposta por Kress e van Leeuwen (1996), as representações podem ser narrativas, quando há vetores que indicam realização de processos, ou conceituais, quando a presença de vetores não é percebida. Nas representações narrativas, é possível verificar os processos de ação, indicado por vetores, reação, evidenciada pela linha do olhar de um ou mais participantes, e verbais, observados por meio do vetor balão de diálogo conectado a um dos participantes. Nas representações conceituais, é possível identificar processos classificatórios, analíticos ou simbólicos. Os classificatórios se caracterizam pela relação hierárquica entre os elementos do texto imagético. No analítico, um dos participantes é o Portador e suas partes são os Atributos. Já no processo simbólico, é possível identificar o que um participante significa ou é.

A segunda função da linguagem, a interativa, estabelece interação entre os elementos que compõem a imagem e também entre quem as produz ou as vê, ou seja, eles interagem com o observador, sugerindo a atitude que os observadores podem adotar em relação ao que está sendo representado. Os autores designam como participante representado (doravante PR) aquele descrito na própria imagem (podendo ser humano ou não) e participante interativo (doravante PI) aquele participante real, humano, que observa ou produz a imagem. Tais interações se estabelecem em três dimensões: pelo olhar, distância e ponto de vista. Na dimensão do olhar, o participante representado deve ser humano ou apresentar características humanas, sendo possível estabelecer uma relação direta (indicando a categoria

demanda) ou indireta (que assinala a categoria de oferta em relação ao participante interativo).

Na dimensão distância, o que deve ser observado é o tamanho do enquadre que é feito na imagem, que pode ser mais próximo ou mais afastado do observador. Assim, um close up, por exemplo, sugere proximidade/intimidade, enquanto um enquadre que mostra o participante representado em um plano geral sugere distanciamento social. O ponto de vista ou ângulo expressa a atitude do participante representado. Um ângulo frontal proporciona maior envolvimento entre o PR e o observador, enquanto que um ângulo oblíquo, maior afastamento. O ângulo na linha dos olhos pode ser entendido como uma maior igualdade entre os participantes, ao passo que um ângulo superior, na perspectiva de quem lê, confere maior poder ao observador. Já o ângulo inferior confere mais poder ao PR.

A terceira função, a composicional, refere-se aos significados obtidos por meio da distribuição dos elementos no texto e na ênfase entre as imagens. Segundo os autores, há três princípios de composição, os quais são inter-relacionados: o valor informativo, a saliência e o emolduramento. Kress e van Leeuwen (1996) explicam que o valor informativo está atrelado às várias “zonas” do material visual: direita e esquerda, parte superior e parte inferior, centro e margem. Nessa perspectiva, quando o material imagético é distribuído no eixo vertical da página ou da imagem, o que está à esquerda recebe valor informativo de dado, ao passo que os localizados à direita, de novo. Quando a distribuição dos elementos ocorre no eixo horizontal, os participantes da parte superior recebem valor informativo de ideal, enquanto que os elementos que aparecem na parte inferior, de real. Os elementos que aparecem no meio da composição e ganham destaque de significância recebem valor informativo de centro. Já os participantes que ocupam posições periféricas e têm baixo valor informativo recebem a designação de margem. Outro princípio da função composicional é a saliência, que está relacionada ao modo como os participantes são dispostos para criar uma hierarquia de importância entre eles. Nesse sentido, o elemento que receber um grau de saliência maior é aquele tido como merecedor de maior atenção por parte do leitor. De acordo com os autores, podemos dar maior ou menor grau de saliência a um participante “através de certos fatores, como o posicionamento em primeiro ou em segundo plano, o tamanho relativo, os contrastes quanto ao tom (ou à cor), diferenças quanto à nitidez etc.” (KRESS; VAN LEEUWEN, 1996, p. 183, tradução nossa).

Em nosso estudo, privilegiamos a análise da metafunção ideacional, uma vez que o nosso propósito é o estudo da representação do câncer, na perspectiva da linguagem verbal. Tal metafunção é responsável pela construção de um modelo de representação de mundo e sua unidade de análise é a oração.

Assim, passamos a descrever o sistema da transitividade, parte da gramática em que se manifestam os significados experienciais.

#### 1.2.1.1 O sistema da transitividade – a oração como representação

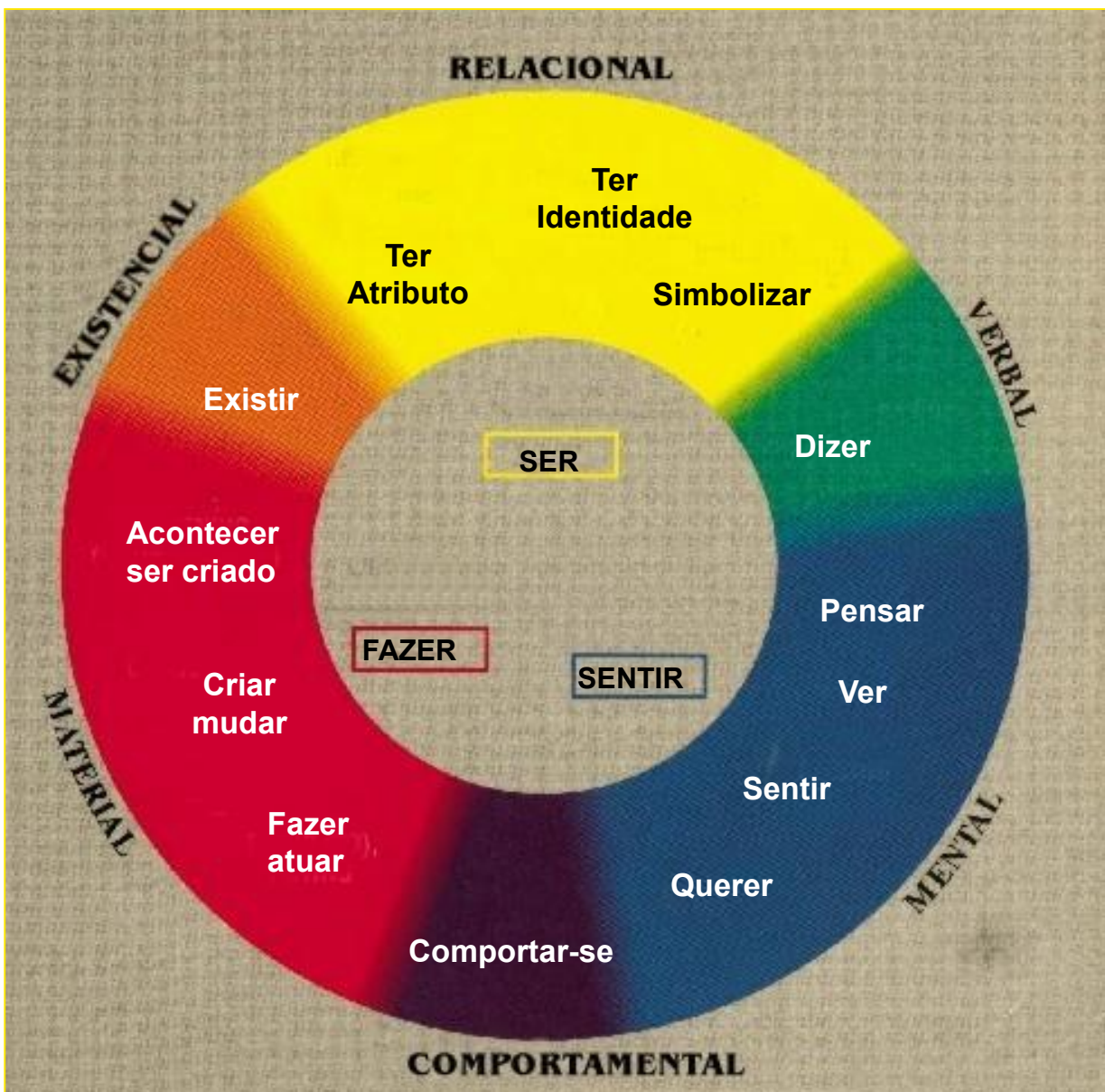
O sistema de transitividade “constrói o mundo da experiência em um conjunto razoável de tipos de processos. Cada tipo de processo possui seu próprio modelo ou esquema para interpretar um determinado domínio da experiência” (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004, p. 170, tradução nossa). Segundo os autores, tornamo-nos conscientes em uma idade muito precoce (três a quatro meses), quando passamos a vivenciar experiências interiores e exteriores: entre o que acontece "lá fora", no mundo que nos rodeia, e o que experimentamos como acontecendo “dentro de nós”, no mundo da consciência (incluindo emoção, percepção e imaginação). Assim, a forma prototípica da experiência "exterior" é a de ações e eventos: as coisas acontecem, as pessoas ou outros atores fazem as coisas ou as fazem acontecer. A experiência "interior", no entendimento desses estudiosos, é mais difícil de resolver, pois é como uma espécie de “*replay* do exterior” sobre a qual repetiríamos, reproduziríamos, refletiríamos e reagiríamos. A gramática pode ser definida como uma descontinuidade entre essas duas experiências, pois ela distingue claramente entre os processos da experiência do mundo externo e a experiência interna, ou seja, os processos de consciência.

As categorias semânticas – participantes, processos e circunstâncias –, que explicam, de modo geral, como os fenômenos de nossa experiência do mundo são construídas na estrutura linguística, constituem o sistema da transitividade. Por meio desse sistema, que tem a oração como unidade de análise, o falante/escrivente constrói um mundo de representações baseado na escolha de um número tangível de tipos de processos (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004, p. 170). Nesse sistema, cada oração é constituída de três elementos: (1) o processo (o elemento central); (2) o(s) seu(s) participante(s); (3) as circunstâncias (com caráter opcional), que são representadas por grupos adverbiais e têm a função de adicionar informações ao

processo. Os participantes são as entidades envolvidas – pessoas, coisas, seres animados ou inanimados –, as quais levam à ocorrência do processo ou são afetadas por ele. Normalmente, os participantes são representados por grupos nominais, enquanto os processos são, tipicamente, realizados por verbos.

De acordo com Halliday e Matthiessen (2004, p. 168-248), há três tipos principais de processos pelos quais o indivíduo representa suas experiências: materiais (fazer), mentais (sentir) e relacionais (ser), conforme mostra a Figura 5.

Figura 5 – Tipos de processos nas orações.



Fonte: Traduzido por Cabral (2002) a partir de Halliday (1994) e atualizado por Fuzer (2010, p. 10) a partir de Halliday e Matthiessen (2004).

Os processos materiais são da ordem do “fazer”, relacionados às ações do mundo físico e responsáveis pela criação de uma sequência de ações concretas, sejam elas criativas ou de transformação. Dois são os seus participantes principais: Ator e Meta. Ator é quem realiza a ação propriamente dita, sendo que sua presença é obrigatória. Todo processo tem um Ator, mesmo que ele não seja mencionado ou sua presença não esteja explicitada na proposição. O participante Meta é aquele a quem o processo é dirigido, sendo modificado pela ação. Nas orações materiais, podem ainda aparecer participantes secundários ou indiretamente envolvidos. São eles: Escopo e Beneficiário. O Escopo é uma entidade que existe de forma independente do processo, não sendo afetada pela ação. O Beneficiário desdobra-se em dois: o Recebedor e o Cliente, dependendo do contexto em que ocorrerem. O Recebedor está presente em orações que denotam a transferência da posse de bens. O Cliente é a entidade que recebe um serviço.

Os processos mentais, para Halliday (1994), são os processos do “sentir” relacionados ao nosso mundo interior, ou seja, referem-se às ações que ocorrem no fluxo de nossos pensamentos (consciência) ou em sua representação. Os processos mentais, de acordo como Halliday e Matthiessen (2004, p. 208-210), dividem-se em quatro subtipos: de cognição, correspondentes à decisão e à compreensão (saber, entender, decidir, racionalizar); de percepção, relacionados à observação de fenômenos a partir dos nossos sentidos (visão, olfato, tato, paladar, audição); de sensação, pertinentes aos sentimentos (gostar, amar); de natureza desiderativa, ligados ao querer, desejar. Os participantes desse tipo de processo são o Experienciador (em cuja mente o processo está se realizando) e o Fenômeno, que é o elemento percebido/sentido pelo Experienciador.

Além desses dois tipos de processos principais de um sistema linguístico, há o Relacional, que possui uma função classificatória, relacionando duas entidades diferentes. São os processos de “ser”, “ter” e “pertencer”. Fuzer e Cabral (2010, p. 69) observam que as orações relacionais são usadas “para representar seres no mundo em termos de suas características e identidades. Ajudam na descrição de personagens e cenários em textos narrativos; contribuem na definição de coisas, estruturando conceitos”.

Para Halliday (1994), todas as línguas apresentam formas sistemáticas de realização dos processos relacionais. O autor identifica três como sendo as principais: no intensivo, X é (ou está) A; no circunstancial, X é (ou está) em A; no possessivo, X

tem (ou possui) A. Cada um desses tipos pode ser classificado de dois modos: atributivo (onde A é um atributo de X) ou identificativo (onde A é a identidade de X).

Nos processos relacionais intensivos atributivos, verifica-se a presença de dois participantes: o Portador (elemento classificado ou entidade à qual é atribuída uma característica) e o Atributo (elemento classificador ou característica que é atribuída ao Portador). Já nos processos relacionais intensivos identificativos, os dois participantes são designados como o Identificado (que é alvo da definição) e o Identificador (elemento definidor). As orações identificadoras são reversíveis, pois, segundo Halliday e Matthiessen (2004), nesse tipo de processo é estabelecida uma relação de igualdade entre Identificador e Identificado, o que torna possível a inversão de papéis sem prejuízo ao sentido construído.

Nas fronteiras entre os três principais processos, há outros secundários: existenciais, verbais e comportamentais (Figura 5). Os processos comportamentais estão entre os materiais e mentais e são ações que englobam comportamentos físicos e psicológicos realizados de forma simultânea. Para Halliday (1994), alguns processos comportamentais, como olhar e encarar, estão mais próximos de ações mentais. No entanto, outros, como dançar e deitar, são mais próximos de ações materiais. Assim como os processos mentais, os comportamentais exigem que pelo menos um dos elementos da oração seja uma figura animada ou personificada. O Comportante é a entidade que realiza a ação e o Comportamento é o elemento que define o processo.

Os processos verbais são da ordem do “dizer” e estão na fronteira entre os processos mentais e os relacionais. Nesses casos, verifica-se a presença de quatro participantes: o Dizente (não necessariamente humano), que realiza a ação; o Receptor, para quem a mensagem é direcionada; o Alvo, a entidade que é atingida pelo processo; a Verbiagem, a mensagem propriamente dita. Já na fronteira entre os processos relacionais e materiais, encontra-se o processo existencial. As orações existenciais são realizadas tipicamente pelos processos “haver”, “existir” e “ter” (em português brasileiro). Nessas situações, há apenas um tipo de participante, o Existente.

Os tipos de processos, seus significados e participantes característicos, além das circunstâncias, constituem as categorias semânticas do sistema da transitividade e, por meio delas, é possível estudar como as representações são construídas pela instanciação do sistema linguístico. O Quadro 1 apresenta uma sistematização sintetizada do sistema da transitividade.

Quadro 1 – Tipos de processos, seus significados e participantes característicos.

TIPO DE PROCESSO	SIGNIFICADO DA CATEGORIA	PARTICIPANTES DIRETAMENTE ENVOLVIDOS	PARTICIPANTES INDIRETAMENTE ENVOLVIDOS
<b>Material:</b> Ação ou evento	Fazer e Acontecer	Ator e Meta	Beneficiário (Recebedor ou Cliente), Escopo, Iniciador e Atributo
Comportamental	Comportar-se	Comportante	Comportamento
<b>Mental:</b> Desejo, Percepção, Cognição, Emoção	Sentir, Desejar, Perceber, Pensar, Sentir	Experenciador e fenômeno	
Verbal	Dizer	Falante/Dizente e Alvo	Receptor; Verbiagem
<b>Relacional:</b> Atributo e Identificação	Ser Atribuir Identificar	Portador e Atributo, Identificado e Identificador, Token, Valor	
Existencial	Existir	Existente	

Fonte: Halliday e Matthiessen (2004, p. 260).

### 1.2.1.2 A oração como representação – um estudo preliminar

A fim de demonstrar como a linguagem constrói a representação do mundo (externo e interno), realizamos um estudo preliminar a partir dos pressupostos da GSF com o objetivo de identificar a função léxico-gramatical do item lexical “câncer” em manchetes na revista *VEJA*. Esse estudo aqui apresentado a título de exemplificação procura evidenciar como a linguagem constrói representações e como esse processo pode ser analisado na perspectiva da GSF. O *corpus* de investigação é constituído de orações presentes em manchetes e manchetinhas em capas da revista *VEJA*. O gênero capa de revista caracteriza-se pela articulação entre a linguagem verbal e a visual a fim de despertar a atenção do público, o desejo de compra, além de propiciar também a apreensão imediata dos assuntos tratados na revista. De modo menos explícito, visa também exercer um efeito persuasivo, levando o leitor a aderir às ideias subjacentes no enunciado. O elemento da linguagem verbal em evidência numa capa de revista é a manchete. Rabaça e Barbosa (1998<sup>20</sup>, p. 379) definem “manchete” como

<sup>20</sup> A primeira publicação desta obra de Rabaça e Barbosa data de 1978.

título principal, de maior destaque na primeira página de jornal ou revista, que “indica o fato jornalístico de maior importância entre as notícias contidas na edição”. Cartola/chapéu<sup>21</sup>, manchete e manchetinha são elementos verbais que podemos identificar numa capa de revista conforme o exemplo apresentado na Figura 6.

Figura 6 – Exemplo de identificação de cartola/chapéu, manchete e manchetinha em capa da Revista VEJA.



Fonte: Acervo Digital Veja. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 20 jun. 2012.

A manchete normalmente é uma chamada mais elaborada com o objetivo de criar impacto, estabelecer um diálogo, produzir significação e, por consequência, uma representação. Em algumas capas de revista ou primeira página de jornal,

<sup>21</sup> No jargão jornalístico, chapéu ou cartola podem designar antetítulo, sobretítulo ou título-assunto, servindo para “antecipar e territorializar a informação central da notícia [...] retira do título a obrigação de dizer tudo” (PEREIRA JUNIOR, 2006, p. 147).



dependendo do projeto gráfico ou da diagramação, pode ocorrer o uso de manchetinhas, títulos “secundários em tamanho e importância jornalística” (RABAÇA; BARBOSA, 1998, p. 380).

Nesse estudo preliminar, selecionamos manchetes e manchetinhas publicadas em diferentes décadas com o intuito de observar a ocorrência, ou não, de mudanças de função da palavra câncer no decorrer do tempo, o que poderia sugerir alterações na própria representação do câncer. Para a análise, concentramo-nos apenas nas orações em que o item lexical câncer está presente de forma explícita ou implícita.

Com isso posto, no Quadro 2, estão sistematizadas as manchetes com as suas respectivas manchetinhas, codificadas por meio de M# e numeradas por ordem cronológica de publicação. Na descrição textual que se segue ao quadro, as cartolas/chapéu, manchetes e manchetinhas extraídas das capas selecionadas estão destacadas entre aspas e com grifo em itálico. Na textualização dos resultados, para conferir mais clareza à identificação de processos, dos elementos constituintes de cada oração e das funções realizadas pelo item lexical câncer, os processos não explicitados e as orações encaixadas e/ou nominalizadas receberam destaque por meio de colchetes<sup>22</sup>.

Na edição publicada em 11 de dezembro de 1985 (M#1), a capa apresenta “Interleucina-2” em cartola e, em manchete, “A nova arma contra o câncer”. Nessa manchete, o processo está em elipse. Quando explicitado, temos a oração “Interleucina-2 [é] a nova arma contra o câncer”, identificando-se um processo relacional intensivo identificativo, no qual “Interleucina-2” é o Identificado (alvo da definição) e o grupo nominal “A nova arma contra o câncer” realiza o papel de Identificador (elemento definidor). O adjetivo “nova” sinaliza que o assunto não se esgota na edição, remetendo a um processo em andamento. De forma implícita, pelo item lexical “arma”, sugere-se que a(s) pessoa(s), a medicina, a sociedade ou até mesmo os medicamentos lutam contra o câncer. Assim, poderíamos identificar uma oração encaixada – [Interleucina-2 luta contra o câncer] – em que “Interleucina-2” é Ator (participante que realiza a ação) e “câncer” é Meta (participante a quem o processo é dirigido ou que é modificado pela ação).

---

<sup>22</sup> Os destaques utilizados neste estudo preliminar serão também aplicados nas análises do *corpus* de pesquisa ao longo dos capítulos 4 e 5.

Quadro 2 – Manchetes e manchetas da análise-piloto ‘A função léxico-gramatical do item lexical câncer em manchetes da revista Veja’.

MANCHETES E MANCHETINHAS	DATA
<b>M#1</b> Interleucina-2 – A nova arma contra o câncer	11 de dezembro de 1985
<b>M#2</b> Câncer – O drama de Funaro	15 de janeiro de 1986
<b>M#3</b> Câncer – A doença que mata 90 mil brasileiros por ano. Os tumores mais letais. O que fazer para prevenir a doença.	17 de abril de 1996
<b>M#4</b> Câncer no rumo da cura Drogas que eliminam o câncer em ratos vão, agora, ser testadas em humanos. Agem contra todos os tipos de tumores. Podem ser o cerco final à doença.	13 de maio de 1999
<b>M#5</b> Câncer A má notícia: a cada ano um milhão de brasileiros descobrem que têm câncer. A boa notícia: com mudanças no estilo de vida, diagnóstico precoce e novos tratamentos, 60% dos pacientes vão se curar completamente.	11 de janeiro de 2003
<b>M#6</b> As vitórias contra o câncer de mama. Com diagnósticos mais precisos, tratamentos mais eficazes e seguros, 90% das mulheres já sobrevivem à doença.	17 de novembro de 2004
<b>M#7</b> A luta pública do ator Raul Cortez contra o câncer mostra não apenas coragem. É um sinal dos tempos: pacientes e familiares sofrem menos ao enfrentar abertamente a doença.	18 de maio de 2005
<b>M#8</b> A medicina fecha o cerco ao maior inimigo do homem. Câncer de próstata.	22 de outubro de 2008
<b>M#9</b> Medicina e Fé. Na luta contra o câncer, o ator Reynaldo Gianecchini alia o tratamento convencional ao espiritismo.	21 de novembro de 2011

A edição publicada em 15 de janeiro de 1986 (M#2) apresenta novamente, na capa, os mesmos recursos de diagramação. Na cartola, “*Câncer*”, e, na manchete, “*O drama de Funaro*”. Nessa manchete, o processo novamente está em elipse. Quando inserido, explicita-se a ocorrência de uma oração relacional intensiva atributiva – “*O câncer [é] o drama de Funaro*” –, na qual “*câncer*” é o Portador (elemento classificado ou entidade à qual é atribuída uma característica) e “*O drama de Funaro*” é o Atributo (característica atribuída ao Portador).

Na edição publicada em 17 de abril 1996 (M#3), o “*Câncer*” é instanciado na cartola e a manchete traz as seguintes orações: “*A doença que mata 90 mil brasileiros*

*por ano. Os tumores mais letais. O que fazer para prevenir a doença*". Entre elas, é possível verificar a existência de duas orações com item lexical *câncer*. Na primeira, novamente o processo está em elipse. Quando inserido, temos "*Câncer [é] a doença que mata 90 mil brasileiros por ano*", uma oração relacional intensiva identificativa, que traz "*câncer*" como o Identificado (alvo da definição) e o grupo nominal "*Doença que mata 90 mil brasileiros por ano*" como o Identificador (elemento definidor). Esse tipo de oração permite a reversibilidade dos participantes, não acarretando prejuízo ao sentido. Na referida manchete, ainda é possível identificar uma oração encaixada – [O *câncer* mata 90 mil brasileiros por ano]. Trata-se de uma oração com processo material em que o item lexical "*câncer*" é Ator e "*90 mil brasileiros*" é Meta. A terceira oração da manchete "*O que fazer para prevenir a doença [câncer]*" é material, na qual o Ator está em elipse e "*câncer*" é Meta.

A capa da *VEJA* da edição de 13 de maio de 1999 (M#4) apresenta uma diagramação pouco usual. Na manchete, a nominalização "*Câncer no rumo da cura*" e, em manchetinhas, as seguintes orações: "*Drogas que eliminam o câncer em ratos vão, agora, ser testadas em humanos. Agem contra todos os tipos de tumores. Podem ser o cerco final à doença*". No grupo nominal em destaque na diagramação da capa, o processo novamente está em elipse. Ao inseri-lo, temos a oração "*Câncer [está] no rumo da cura*" como um processo relacional circunstancial, no qual "*câncer*" é o Portador e "*no rumo da cura*" é o Atributo circunstancial. Na primeira das orações apresentadas em forma de manchetinhas – "*Drogas que eliminam o câncer em ratos [...]*", temos a ocorrência de um processo material que apresenta "*drogas*" como Ator e "*câncer*" como Meta. Na segunda oração, o Ator está em elipse. Ao inseri-lo, temos a oração "[*Drogas*] *agem contra todos os tipos de câncer*", mostrando um processo material, no qual "*drogas*" é o Ator e "*todos os tipos de câncer*" é Meta. Na última manchetinha "*Podem ser o cerco final da doença*", temos a ocorrência de uma oração encaixada com processo material na qual o Ator está em elipse – [*Drogas* podem, finalmente, cercar a doença/câncer] – e o "*câncer*" é Meta.

Na edição publicada em 11 de janeiro de 2003 (M#5), a capa apresenta o item lexical "*Câncer*" em cartola, seguido pela manchete "*A má notícia: a cada ano um milhão de brasileiros descobrem que têm câncer. A boa notícia: com mudanças no estilo de vida, diagnóstico precoce e novos tratamentos, 60% dos pacientes vão se curar completamente*". Nessa manchete, a análise restringiu-se à oração "*a cada ano um milhão de brasileiros descobrem que têm câncer*". Se analisada por inteiro, pode

ser situada como uma oração mental cognitiva, na qual um milhão de brasileiros é o Experienciador (em cuja mente o processo está se realizando) e “*descobrem que têm câncer*” é o Fenômeno (elemento percebido, entendido, racionalizado). Quando desmembrada, é possível a identificação de uma oração encaixada – [Um milhão de brasileiros têm câncer] –, gerando um processo relacional atributivo em que “*câncer*” é Atributo e “*um milhão de brasileiros*” é o Portador.

Na edição publicada em 17 de novembro de 2004 (M#6), a capa apresenta a manchete “*As vitórias contra o câncer de mama*” e a mancheteinha “*Com diagnósticos mais precisos, tratamentos mais eficazes e seguros, 90% das mulheres já sobrevivem à doença*”. O grupo nominal “*As vitórias contra o câncer de mama*” – que ganha destaque na diagramação e antecede a mancheteinha – constrói o sentido de que um processo já está em desenvolvimento e poderia ser interpretado por meio da seguinte oração: [mulheres vencem/venceram o câncer de mama]. Em tal oração material, o item lexical “*mulheres*” é o Ator e “*câncer de mama*” é Meta. Na mancheteinha, “[...] *com diagnósticos mais precisos, tratamentos mais eficazes e seguros, 90% das mulheres já sobrevivem à doença* [ao câncer de mama]”, identifica-se um processo material, no qual “*90% das mulheres*” é Ator e “*à doença*” é Circunstância (participante opcional cuja função é adicionar informações ao processo).

Na edição publicada em 18 de maio de 2005 (M#7), a capa apresenta o item lexical “*câncer*” em cartola seguido de uma manchete com a Verbiage “*Não quero que tenham pena de mim*” atribuída ao ator Raul Cortez. Logo abaixo, em manchetinhas, as seguintes orações: “*A luta pública do ator Raul Cortez contra o câncer mostra não apenas coragem. É um sinal dos tempos: pacientes e familiares sofrem menos ao enfrentar abertamente a doença*”. A nominalização “*A luta pública do ator Raul Cortez contra o câncer*” pode ser entendida como uma oração encaixada – [O ator Raul Cortez luta, publicamente, contra o câncer] –, na qual o “*câncer*” é Meta (participante a quem o processo é dirigido). Já a mesma oração, quando observada pelo todo, configura-se como relacional atributiva, em que o item lexical “*câncer*” integra o Portador (elemento classificado ou entidade à qual é atribuída uma característica), neste caso, “*a luta pública do ator Raul Cortez contra o câncer*”. Ainda, na capa da VEJA, o câncer é novamente instanciado como Meta em outra oração encaixada – [Pacientes e familiares enfrentam abertamente a doença, o câncer].

Em 22 de outubro de 2008 (M#8), a capa da revista VEJA apresenta “*A medicina fecha o cerco ao maior inimigo do homem*” em manchete e, em cartola,

“*Câncer de próstata*”. A manchete apresenta orações encaixadas. A partir do sentido apreendido, é possível identificar duas orações. A primeira, “*A medicina fecha o cerco [cerca] maior inimigo do homem, [a doença/o câncer], configura-se como oração material, onde “medicina” é Ator e “câncer de próstata” é Meta. Já a segunda oração, “O maior inimigo do homem [é] o câncer de próstata”, é relacional intensiva identificativa, na qual “câncer de próstata” é o Identificado (alvo da definição) e “o maior inimigo do homem” é o Identificador (elemento definidor).*

A edição publicada no dia 21 de novembro de 2011 (M#9) traz a seguinte manchete: “*Medicina e Fé*” e em manchetinha “*Na luta contra o câncer, o ator Reynaldo Gianecchini alia o tratamento convencional ao espiritismo*”. Verifica-se, aqui, outra ocorrência de nominalização, na qual, a partir do grupo nominal “*na luta contra o câncer*”, pode ser apreendida a seguinte oração: [O ator Reinaldo Gianecchini luta contra o câncer]. Ou seja, uma oração material em que “*o ator Reynaldo Gianecchini*” é Ator e “*câncer*” é Meta.

As ocorrências identificadas do item lexical câncer e as respectivas funções léxico-gramaticais por ele realizadas nas manchetes selecionadas estão sistematizadas por ano na Tabela 1.

Tabela 1 – Funções realizadas pelo item lexical câncer.

ANO	FUNÇÃO LÉXICO-GRAMATICAL REALIZADA PELO ITEM LEXICAL CÂNCER E NÚMERO DE OCORRÊNCIAS							
	Meta	Portador	Identificado	Identificador	Atributo	Fenômeno	Ator	Circunstância
1985	✓			✓				
1986		✓						
1996	✓		✓				✓	
1999	✓✓✓	✓						
2003					✓	✓		
2004	✓							✓
2005	✓✓	✓						
2008	✓		✓					
2011	✓✓							
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

A partir dos dados coletados, evidencia-se, em diferentes anos, a predominância de processos materiais em que o item lexical câncer realiza a função de Meta, isto é, o participante a quem o processo é dirigido ou que é modificado pela ação. A linguagem constrói a representação do câncer como algo que as pessoas, a sociedade, a medicina e até mesmo os medicamento imprimem ações no intuito de modificá-lo, controlá-lo ou vencê-lo.

Nas manchetes, verifica-se, também, a ocorrência significativa de processos relacionais para dimensionar o quanto a doença pode ser letal para as pessoas e nefasta para a sociedade. Assim, nas orações relacionais, a doença é identificada como “*o drama de Funaro*” ou “*a que mata 90 mil brasileiros por ano*”.

O estudo permitiu, ainda, constatarmos que, até a década de 1990, há maior recorrência de orações relacionais em que o item lexical câncer ora realiza a função de Identificador, ora de Portador ou Atributo. Provavelmente, esse é um recurso/escolha dos editores da revista para situar os leitores a respeito do que é o câncer e, principalmente, da gravidade da doença. Tal recurso volta a ser usado em 2008, quando a revista traz, como reportagem principal anunciada com manchete, um tipo específico de câncer: o de próstata. Percebe-se aí, novamente, a intenção de situar o leitor acerca da doença em questão, identificando-a como “*o maior inimigo do homem*”. Assim, é possível inferir que, nos processos relacionais, o câncer é representado como algo que carrega características ou atributos indesejáveis e que é identificado como algo negativo. Nos processos mentais (cognitivos, perceptivos, desiderativos e do sentir) relativos à representação do mundo interior, o câncer é um fenômeno que provoca sofrimento. Ainda, na única ocorrência em que realiza a função de Ator, em uma oração material, também constrói uma representação negativa, pois “*mata 90 mil brasileiros por ano*”.

A GSF, nesse íterim, é uma importante ferramenta que nos permite compreender como os fenômenos de nossa experiência interna e externa são construídos na estrutura linguística e materializados em textos (orais ou escritos) que elaboramos e proferimos em diferentes situações da vida social.

Após apresentarmos os fundamentos teóricos a respeito de como a linguagem nos permite representar diferentes aspectos do mundo, passamos a descrever os pressupostos da SR, outra corrente teórica mobilizada nos estudos realizados na perspectiva da ACG.

### 1.2.2 A Sociorretórica

A SR é uma corrente teórica que se apoia na visão de que o processo histórico-cultural formula sistemas de atividades que encontram mediação nas ferramentas simbólicas. Nessa perspectiva teórica, autores como Bhatia (1993), Miller (2009a; 2009b) e Bazerman (2011) defendem que a linguagem deve ser compreendida a partir de gêneros textuais/discursivos e situam o gênero como entidade sociocomunicativa (e não meramente como entidade formal).

Miller, no ensaio *Gênero como Ação Social* (2009a), norteia suas reflexões a partir de duas preocupações: 1) fazer do gênero retórico um conceito classificatório estável e 2) assegurar que o conceito seja retoricamente válido. Partindo da premissa que a classificação é necessária à linguagem e à aprendizagem, a autora propõe que o gênero deva ser compreendido, analisado, ensinado e aprendido não por sua substância ou forma do discurso, mas como “ação social” situada num contexto sociorretórico mais amplo, o que “significa que o intérprete precisa ter uma compreensão forte de formas, tanto nos níveis mais altos quanto nos mais baixos, para chegar ao nível do gênero” (MILLER, 2009a, p. 43). A perspectiva de Miller está centrada na pragmática e não na sintática ou na semântica.

[...] aquilo que aprendemos quando aprendemos um gênero não é apenas um padrão de formas ou mesmo um método para realizar nossos próprios fins. Mais importante, aprendemos quais fins podemos alcançar: aprendemos que podemos elogiar, apresentar desculpas, recomendar uma pessoa para outra, assumir um papel oficial, explicar o progresso na realização de metas. Aprendemos a entender melhor as situações que nos encontramos e as situações potenciais para o fracasso e o sucesso de agir juntamente. Como uma ação retórica e recorrente, um gênero incorpora um aspecto da racionalidade cultural. (MILLER, 2009a, p. 44).

Assim classificado, tal conceito de gênero, no entendimento da pesquisadora, pode servir em diferentes dimensões.

Para o crítico, pode servir tanto como um índice aos padrões culturais como ferramentas para a exploração das realizações de falantes e escritores particulares; para o aluno, gêneros servem como chaves para a compreensão de como participar nas ações de uma comunidade. (MILLER, 2009a, p. 44).

Ao retomar suas reflexões sobre gênero em *Comunidade retórica: a base cultural dos gêneros* (2009b), a autora se propõe a “repensar gênero” como “artefato cultural”, uma vez que seu interesse se centrava em esclarecer questões relacionadas

com a comunidade retórica. Situado como artefato cultural, o gênero pode ser compreendido como “um produto que tem funções particulares, que se encaixa dentro de um sistema de funções e de outros artefatos” e, visto dessa forma, é possível “caracterizar uma cultura através de seu conjunto de gêneros”, e apontar que o “conjunto de gêneros representa um sistema de ações e interações que possui funções e lugares sociais específicos, como, também, valor ou função repetitiva e recorrente” (MILLER, 2009a, p. 49). Nessa perspectiva, Miller propõe que vejamos o gênero como “um constituinte específico e importante da sociedade, um aspecto principal de sua estrutura comunicativa, uma das estruturas de poder que as instituições exercem” (MILLER, 2009a, p. 51). Em outras palavras, só conseguimos compreender os gêneros entendendo o sistema social do qual são constituintes e a natureza da coletividade, pois “os gêneros pertencem às comunidades discursivas, não ao indivíduo” (SWALES, 1990 apud MILLER, 2009b, p. 54).

A autora, no entanto, distingue “comunidade retórica” de “comunidade de fala” ou de uma “comunidade política”, sugerindo que ela se constitui por “atribuições de ações retóricas articuladas características, gêneros de interação, modos de realização, que inclui o de reproduzir a si mesma” (SWALES, 1990 apud MILLER, 2009b, p. 55). Para a manutenção da comunidade retórica, são necessárias três forças centrípetas: 1) o gênero (estruturando ações partilhadas através do decoro comunitário); 2) a metáfora (oferecendo modos de criar similaridade da diferença, estabelecendo conexões que, de outra forma, não poderiam ser feitas); 3) a narrativa (possibilitando inteligibilidade a eventos passados). Miller reitera que, desses três recursos, apenas o gênero tem “poder pragmático como ação social” (2009b, p. 55).

A narração e o uso de figuras são capacidades estruturais e semânticas que se tornam significativas do ponto de vista retórico e social apenas no interior de atividades pragmáticas, como os atos de fala ou gêneros. A narração, por exemplo, pode ser usada em muitos gêneros, de uma simples ‘contação’ de história a um relatório científico ou um elogio. Os gêneros, portanto, na sua dimensão estrutural, são meios convencionados e altamente intrincados de se concatenar recursos retóricos, tais como a narração e o uso de figura. Na sua dimensão pragmática, os gêneros não apenas ajudam pessoas reais, em comunidades espaço-temporais, a fazer seu trabalho e realizar seus propósitos; eles também ajudam as comunidades virtuais [potenciais] – as relações que carregamos em nossas mentes – a reproduzir e reconstruir a si mesmas para continuarem suas histórias. (MILLER, 2009b, p. 58).

A perspectiva de gênero defendida por Miller aproxima-se do pensamento de autores como Swales, que, na obra *Genre analysis: English in Academic and*



*Research Settings* (1990), traz como conceitos centrais “gênero” e “comunidade discursiva”.

Um gênero compreende uma classe de eventos comunicativos, cujos membros compartilham um certo conjunto de propósitos comunicativos. Esses propósitos são reconhecidos pelos membros especializados da comunidade discursiva original e, desse modo, passam a constituir a razão subjacente ao gênero. A razão subjacente delinea a estrutura esquemática do discurso e influencia e restringe as escolhas de conteúdo e estilo. O propósito comunicativo é um critério privilegiado que opera no sentido de manter o escopo do gênero, conforme concebido aqui, estreitamente ligado a uma ação retórica comparável. (SWALES, 1990, p. 58, tradução nossa).

O autor considera que um evento comunicativo compreende “não somente o discurso e seus participantes, mas também o papel desse discurso e o ambiente de sua produção e recepção, incluindo suas associações históricas e culturais” (SWALES, 1990, p. 46, tradução nossa). Já a noção de comunidade discursiva está relacionada aos que interagem por meio de um determinado gênero e que, desse modo, têm maior conhecimento de suas convenções (SWALES, 1990, p. 54). Uma das condições essenciais para fazer parte de uma dada comunidade discursiva é, portanto, ser capaz de participar discursivamente, manejando de forma adequada as convenções comunicativas e pragmáticas da comunidade. Essa concepção de gênero é compartilhada por Bazerman (2011, p. 32) ao salientar que “os gêneros emergem nos processos sociais em que pessoas tentam compreender umas às outras suficientemente bem para coordenar atividades e compartilhar significados com vistas a seus propósitos”. Tal concepção, de certo modo, também se aproxima à visão de Miller (2009b, p. 45) em comparar gênero como um “artefato cultural”.

Para caracterizar como os gêneros se configuram e se enquadram em organizações, papéis e atividades mais amplas, Bazerman (2011, p. 33) estabelece distinção entre “conjunto” de gêneros e “sistema” de gêneros. O “conjunto” de gêneros compreende “a coleção de tipos de textos que uma pessoa, num determinado papel, tende a produzir”, enquanto que “sistema” compreende “os diversos conjuntos de gêneros utilizados por pessoas que trabalham juntas de forma organizada e, também, as relações padronizadas que se estabelecem na produção, circulação e uso desses documentos” (BAZERMAN, 2011, p. 33). Assim, um “sistema” de gêneros é também parte do “sistema de atividades” de um segmento profissional, educacional, social, etc.

Levar em consideração o sistema de atividades junto com o sistema de gêneros é focalizar o que as pessoas fazem e como os textos ajudam as pessoas a fazê-lo, em vez de focalizar os textos como fins em si mesmos. Na esfera educacional, a atividade dirige seu foco para questões tais como: de que forma os alunos constroem conceitos e conhecimentos através da solução de problemas; como atividades instrucionais viabilizam a construção do conhecimento e oportunidades de aprendizagem; como os instrutores apoiam e estruturam a aprendizagem; e como, e com que propósitos, as habilidades dos alunos são avaliadas. (BAZERMAN, 2011, p. 35).

Esse entendimento de Bazerman alinha-se ao pensamento de Swales (1990), que confere ao “propósito comunicativo” o ponto de partida ou aspecto central para a compreensão do gênero, uma vez que é o propósito que determina a estrutura do gênero, impondo limites quanto às possibilidades de ocorrências linguísticas e retóricas.

### 1.2.2.1 Sistema de gêneros jornalísticos

Se considerarmos o segmento profissional da imprensa, podemos identificar um sistema de gêneros a partir de atividades (Figura 7) organizadas e reconhecidas dentro de uma comunidade discursiva formada por jornalistas, fontes (entrevistados, por exemplo) e os leitores. Na rotina de um jornal ou revista, são desenvolvidas uma série de atividades que acabam constituindo-se em gêneros jornalísticos.

Figura 7 – Exemplo de um sistema de gêneros jornalísticos.



Na rotina de trabalho, no espaço da sala de redação de um jornal, as atividades normalmente começam com uma reunião de pauta quando editores e repórteres discutem, sugerem, avaliam e selecionam os assuntos a serem abordados numa determinada edição; posteriormente, são feitas entrevistas para a produção de notícias dos assuntos selecionados; as notícias poderão ser ampliadas e aprofundadas por meio de outras entrevistas, pesquisa e análise e interpretação de dados, gerando reportagens; os assuntos abordados nas notícias e reportagens poderão ser conteúdo/tema de charges, artigos de opinião e editoriais que poderão, ainda, ser abordados/repercutidos em cartas dos leitores enviadas para a redação (jornal) com comentários, elogios ou refutações ao modo como foi realizada a cobertura dos assuntos; por fim, as cartas dos leitores poderão, eventualmente, gerar novas pautas ou até mesmo a continuidade da cobertura jornalística a respeito de determinado assunto.

É facilmente perceptível que todos os gêneros do sistema acima exemplificado se constituem e se organizam a partir de um determinado propósito. O “propósito comunicativo” é considerado por Bhatia (1993) como um critério válido para sistematizar e estudar os gêneros, embora o autor entenda que um determinado gênero possa servir para propósitos particulares.

[...] é um evento comunicativo reconhecível, caracterizado por um conjunto de propósitos comunicativos, identificado e entendido pelos membros da comunidade profissional ou acadêmica em que ocorre regularmente. Frequentemente, é um evento altamente estruturado e convencionado, com restrições a passíveis contribuições em termos de sua intenção, posição, forma e valor funcional. Essas restrições, entretanto, frequentemente são exploradas pelos membros especializados da comunidade discursiva na concretização de intenções particulares enquadradas dentro dos propósitos socialmente reconhecidos. (BHATIA, 1993, p. 13, tradução nossa).

Nessa perspectiva, a reportagem, situada no sistema de gêneros jornalísticos, além de servir aos seus propósitos mais reconhecidos (informar, relatar, apresentar diferentes versões e interpretações de acontecimentos), pode servir para divulgar novos produtos e apresentar subliminarmente propósitos publicitários. Assim, o gênero reportagem de PC pode, por exemplo, além de socializar conhecimentos científicos, incentivar o consumo de determinados produtos ou serviços (cirurgia de reconstrução de mama com próteses de silicone para mulheres mastectomizadas, por exemplo).

Kress (2003 apud MARCUSCHI, 2006<sup>23</sup>, p. 29) postula que a mobilidade dos gêneros está levando para uma “hibridização” ou “mesclagem” de gêneros que poderá levar, ainda, a uma situação que não existam mais “categorias de gêneros puros e, sim, fluxo”. Para Marcuschi (2006, p. 29), contudo, seria inadequado considerar esse fenômeno como “evidência da ausência de gênero”, uma vez que

[...] só se misturam, mesclam e unem coisas que pré-existem, isto é, a hibridização é a confluência de dois gêneros, e este é o fato mais corriqueiro no dia-a-dia em que passamos de um gênero a outro ou, até mesmo, inserimos um no outro seja na fala ou na escrita. (MARCUSCHI, 2006, p. 29-30).

Delimitar onde termina um gênero e onde começa outro, em um sistema de gêneros, é algo extremamente complexo. Se considerarmos os gêneros jornalísticos, por exemplo, não há muita clareza em sua classificação, uma vez que podem ser situados a partir de diferentes aspectos: (1) propósitos (informar, interpretar e opinar); (2) organização retórica; (3) procedimentos de produção; (4) conteúdo temático; (5) suporte<sup>24</sup> (no sentido de veículo ou meio) onde o texto é fixado (jornal, revista) e/ou veiculado (rádio, televisão). Bonini (2006<sup>25</sup>, 2009), em seus estudos sobre “gêneros do jornal” e “gêneros jornalísticos” no cenário brasileiro, observa que as definições ainda carecem de aprofundamento e que os seus contornos não estão muito claros.

Tal situação, no entendimento de Bonini (2009, p. 198), deve-se a duas razões: a maioria das obras que se dedicam a situar os gêneros jornalísticos foi produzida a

<sup>23</sup> A primeira publicação da obra em que está o texto de Marcuschi (*Gêneros textuais: reflexões e ensino*, de Karwoski, Gaydeczka e Brito) data de 2005.

<sup>24</sup> Marcuschi (2003 apud BONINI, 2006, p. 59-60) salienta que “a ideia central é que o suporte não é neutro e o gênero não fica indiferente a ele. Mas ainda está por ser analisada a natureza e o alcance dessa interferência” [...] “suporte tem a ver centralmente com a ideia de um portador do texto, mas não sentido de um meio de transporte ou veículo, nem como um suporte estático e, sim, como um *locus* no qual o texto se fixa e que tem repercussão sobre o gênero que suporta”. Tal reflexão também é empreendida por Thompson (1998), ao observar que, na produção de formas simbólicas e na sua transmissão para os outros, os indivíduos empregam algum “meio técnico”. Meio técnico é, para o autor, o substrato material das formas simbólicas, isto é, o elemento material com que, ou por meio do qual, a informação ou o conteúdo simbólico é fixado e transmitido. Mesmo nas interações face a face, nas quais ocorre o intercâmbio de afirmações linguísticas, pressupõem-se alguns elementos materiais – laringe, cordas vocais, ondas de ar, ouvidos, tímpanos, etc. Assim, quando se pensa em “suporte”, “meio”, “veículo”, remete-se ao aforismo mais famoso de McLuhan (1969, p. 21-37): “o meio é a mensagem”. Nesse aparente paradoxo, McLuhan defende duas noções importantes: a primeira é a de que, independente do conteúdo ou “mensagem”, o “meio” tem seus efeitos peculiares na percepção das pessoas, constituindo-se em uma “mensagem” em si mesmo. Outro sentido desse aforismo é o de que um meio transforma o seu conteúdo: uma reportagem publicada num meio impresso (revista ou jornal, por exemplo) resultará numa experiência diferente quando for veiculada pela televisão.

<sup>25</sup> A primeira publicação da obra em que está o texto de Bonini (*Gêneros textuais: reflexões e ensino*, de Karwoski, Gaydeczka e Brito) data de 2005.

partir de uma visão pragmática (da prática jornalística em si) e antes do debate ou teorização sobre gênero, o que dificulta o entendimento de quais aspectos são centrais para uma definição. “Mesmo os autores que tentam determinar critérios para caracterizar um gênero específico são prejudicados pela falta de uma base teórica” (BONINI, 2009, p. 198, tradução nossa).

Ao realizar um estudo voltado a estabelecer a distinção entre notícia e reportagem – observando quatro aspectos: (1) propósito; (2) aspectos da produção, da leitura e dos papéis sociais envolvidos; (3) a organização retórica; (4) a nomenclatura desses gêneros –, o autor constatou que há um *continuum* entre esses dois gêneros. No processo de sistematizar definições para “notícia” e “reportagem” em obras sobre gêneros jornalísticos, ele constatou definições consideradas “muito frágeis” do ponto de vista lógico, pois, além de muito gerais, foram concebidas a partir de características que podem ser aplicadas a muitos outros gêneros jornalísticos. A própria expressão “notícia” pode ser interpretada de diferentes formas: como o gênero notícia (mais especificamente) ou como “as notícias”, ideia que remete a qualquer texto de caráter informativo veiculado pelos meios de comunicação. O autor entende que, no *continuum* entre a notícia e a reportagem, estão presentes outros gêneros e que a notícia (mais factual) e a reportagem (mais temática) podem ser vistas como “pontos mais prototípicos dentro deste *continuum*, e não exatamente como unidades distintas em oposição”. (BONINI, 2009, p. 219).

No âmbito jornalístico, o factual pode ser entendido como “o estímulo da notícia” em abordar, por excelência, fatos (os mais recentes possíveis) e publicizá-los/veiculá-los no mesmo dia em que ocorreram. A factualidade está relacionada diretamente com a periodicidade (diária, semanal, mensal) de um jornal ou revista. Quando se trata de uma publicação semanal ou mensal, a factualidade será relativa à semana ou ao mês, respectivamente. Assim, numa revista semanal, a abordagem de um determinado acontecimento/fato ocorrido há um mês pode ser considerada factual. No entanto, o mesmo grau de factualidade não será mantido se tal ocorrência for abordada numa publicação jornalística diária. Vale ressaltar também que nem todas as informações jornalísticas são produzidas a partir da factualidade. Os jornais e revistas normalmente também produzem conteúdo jornalístico a partir da exploração de temas considerados de interesse dos leitores. Essa estratégia permite manter constante o ritmo de produção nas instituições/empresas jornalísticas, mesmo nos períodos de escassez de conteúdo factual. Nesse tipo de produção jornalística,

normalmente realizada com espaço de tempo maior, a abordagem pode ser mais aprofundada e, portanto, mais adequada ao gênero reportagem.

### 1.2.2.2 O gênero reportagem

No campo dos estudos jornalísticos, o gênero reportagem é definido como um “relato ampliado de um acontecimento” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 66) ou “um gênero jornalístico privilegiado” (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 9) no qual, mais do que “anunciar” (próprio do gênero notícia), é possível ao jornalista “enunciar”, “denunciar” e “pronunciar-se” a respeito de determinado fato/acontecimento ou tema.

Na perspectiva de Sodré e Ferrari (1986), o objetivo da reportagem não é apenas noticiar um fato, mas mostrar o comportamento das pessoas ou especificamente de um personagem, realizando-se pela humanização do relato e a predominância da forma narrativa, com texto de natureza impressionista. Para esses autores, a narrativa da reportagem é construída a partir dos atos de “anunciar”, “enunciar” e “pronunciar/denunciar”. Ao “anunciar”, o jornalista chama a atenção do público para um determinado fato (que deve ser recente), independentemente do número de outros acontecimentos que possam ocorrer, pois, só serão notícia aqueles que forem “anunciados”. Ao “enunciar”, o jornalista constrói uma narrativa em que tenta não explicitar que há alguém narrando, mas fazendo parecer que os acontecimentos têm vida própria e se exibem diante do leitor, enunciando-se de forma autônoma. Ao “pronunciar/denunciar”, o jornalista (sutilmente ou não) imprime ao texto um caráter de julgamento preestabelecido, de avaliação do caso relatado, conduzindo o leitor na direção de um pronunciamento. Pode ter um caráter irônico como, por exemplo, uma reportagem da revista *VEJA* apontando o uso político do câncer quando a então ministra Dilma Rousseff foi submetida a um tratamento contra a doença. Em outras circunstâncias, a narrativa pode ter um caráter mais humanizado como, por exemplo, abordar a decisão de determinados pacientes de câncer que enfrentam o tratamento com uma postura otimista. Lage (2006<sup>26</sup>, p. 53) salienta que “a reportagem não cuida da cobertura de fato singular ou de uma série de fatos, mas do levantamento de um *assunto* ou relato de um episódio complexo, de acordo com um ângulo preestabelecido”.

---

<sup>26</sup> A primeira publicação desta obra de Lage data de 1985.

A definição de gêneros, como é possível constatar, é um processo intrincado, pois envolve questões relacionadas a práticas discursivas e sociais. Além disso, a constituição de um gênero é “relativamente” estável e pode sofrer transformações decorrentes, inclusive, do próprio desenvolvimento tecnológico. Utard (2003) entende que há um “embaralhamento” dos gêneros midiáticos e, ao explicá-lo, situa o gênero como o resultado de uma atividade classificatória que

[...] reagrupa textos em função de um ou de vários critérios ou, mais ainda, que são construções hipotéticas que levam em conta, além das características textuais, elementos que revelam a situação da enunciação e do dispositivo de comunicação (UTARD, 2003, p. 70).

Linguistas como Askehave e Swales (2009), ao retomarem seus estudos e de outros estudiosos desse campo de conhecimento – como Myers (1990), Mauranen (1994), Winsor (1999), Hyland (2000), Yates e Olikowski (1992) e Candlin (2000) – a respeito de abordagens mais adequadas para a análise de gêneros, sugerem que se reconheça “a natureza dinâmica e evolutiva dos gêneros” e a noção de “re-propósito do gênero” (ASKEHAVE; SWALES, 2009, p. 241).

O “re-propósito” encoraja o estudo sócio-retórico de tais tendências e também permite concentrar a atenção na questão altamente contemporânea de como o avanço tecnológico afeta o modo como os exemplares do gênero são percebidos e classificados em relação ao seu meio de transmissão: telex, fax, telefone, e-mail, interação face-a-face, vídeo-conferência, jornal eletrônico, jornal impresso e outros. (ASKEHAVE; SWALES, 2009, p. 242).

Embora reconheçam o fato de que os gêneros discursivos podem ser multifuncionais, o que pode representar um “verdadeiro desafio para o analista” (ASKEHAVE; SWALES, 2009, p. 235), entendem que o propósito comunicativo ainda continua a ser um critério válido e privilegiado para identificação e categorização do(s) gênero(s) discursivo(s).

Diante da complexidade e até mesmo da dificuldade de situar adequadamente os gêneros jornalísticos, neste estudo consideramos a reportagem de PC a partir de seu “propósito”, situando-a como uma prática social e discursiva que envolve o compartilhamento de conhecimentos científicos entre especialistas e não especialistas, na qual é ressaltado o significado social da ciência e evidenciados possíveis desdobramentos, num processo que se dá pela articulação de diferentes vozes e por meio da construção de discurso(s) realizados pela linguagem.

Tal entendimento alinha-se à concepção dos estudiosos da SR, que compartilham duas noções centrais em seus estudos: (1) o propósito do gênero e (2) a comunidade discursiva/retórica, pois, conforme Askehave e Swales (2009, p. 242), a “categorização de gêneros como uma questão prática da Língua Aplicada é mais um tema de investigação extensiva do texto-em-contexto do que mero exame textual ou transcricional”. Esse posicionamento se coaduna com a ideia de que a sociedade mantém uma relação dialética com as práticas discursivas, uma das questões centrais da ACD, outra importante corrente teórica constituinte do aparato teórico-metodológico da ACG que apresentamos a seguir.

### 1.2.3 Análise Crítica do Discurso

A ACD é uma abordagem que reúne a análise linguística e a teoria social para examinar o modo como a sociedade mantém a relação dialética com as práticas discursivas. Magalhães (2005) situa a ACD como um “campo disciplinar” reconhecido internacionalmente, hoje, por estudar textos e eventos em diversas práticas sociais, propondo uma teoria e um método para descrever, interpretar e explicar a linguagem no contexto sócio-histórico. A autora elenca os principais estudos nesse campo:

Fairclough, numa série de obras (Fairclough 1989, 1992, 1995a, 1995b, 2000, 2003); Wodak 1996; Chouliaraki e Fairclough 1999; van Dijk 1985, 1986, 1998. A contribuição principal de Fairclough foi a criação de um método para o estudo do discurso e seu esforço extraordinário para explicar por que cientistas sociais e estudiosos da mídia precisam dos lingüistas (Fairclough 1989, 2001; Chouliaraki e Fairclough 1999). (MAGALHÃES, 2005, p. 3).

Na ACD, o discurso é entendido como uma forma de prática social, modo de ação sobre o mundo e a sociedade. Tal abordagem considera a noção de “discurso” como “modos de representar aspectos do mundo” (FAIRCLOUGH, 2003, p. 124), sendo que, em suas particularidades, os aspectos podem ser representados de forma diferente.

Diferentes discursos são diferentes perspectivas sobre o mundo e estão associados com as diferentes relações que as pessoas mantêm com o mundo, o que, por sua vez, depende de suas posições no mundo, suas identidades sociais e pessoais e as relações sociais que elas mantêm com as outras pessoas. Discursos não só representam o mundo como ele é (ou melhor, como é visto), eles também são projetivos, imaginários, representando mundos possíveis que são diferentes do mundo real e amarrado em projetos para mudar o mundo em direções particulares. As



relações entre os diferentes discursos são um elemento das relações entre pessoas diferentes – eles podem se complementar, competir um com o outro, dominar os outros e assim por diante. Discursos constituem parte dos recursos que as pessoas implementam ao se relacionarem com as outras – mantendo-as separadas umas das outras, colaborando, competindo, dominando – e ao tentarem mudar os modos pelos quais se relacionam uma com as outras. (FAIRCLOUGH, 2003, p. 124, tradução nossa).

Nessa perspectiva, o discurso tem um tríplice poder construtivo: contribui para a construção de ‘identidades sociais’, constrói relações sociais e contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença (FAIRCLOUGH, 2008, p. 91). A concepção tridimensional do discurso proposta por Fairclough (2008) nos leva a um desafio quando nos dedicamos à análise do discurso, pois devemos interpretá-lo como texto, prática discursiva e prática social. Desse modo, é possível dizer que muitas das mudanças sociais que ocorrem não envolvem apenas a linguagem, mas podem ser identificadas nas práticas de linguagem, isto é, nas práticas discursivas.

Os discursos não apenas refletem ou representam entidades e relações sociais, eles as constroem ou as ‘constituem’; diferentes discursos constituem entidades-chave (sejam elas a ‘doença mental’, a ‘cidadania’ ou o ‘letramento’) de diferentes modos e posicionam as pessoas de diversas maneiras como sujeitos sociais (por exemplo, médicos ou pacientes), e são esses efeitos sociais do discurso que são focalizados na análise do discurso. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 22).

O modelo tridimensional distingue três dimensões no discurso: o texto, a prática discursiva e a prática social nos permite analisar as mudanças no(s) discurso(s).

Qualquer ‘evento’ discursivo (isto é, qualquer exemplo de discurso) é considerado como simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social. A dimensão do ‘texto’ cuida da análise linguística de textos. A dimensão da prática discursiva, como ‘interação’, na concepção ‘texto e interação’ de discurso, especifica a natureza dos processos de produção e interpretação textual – por exemplo, que tipos de discurso (incluindo ‘discursos’ no sentido mais societário) são derivados e como se combinam. A dimensão da prática social cuida das questões de interesse na análise social, tais como as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo e como elas moldam a natureza da prática discursiva e os efeitos constitutivos/construtivos referidos anteriormente. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 22).

A metodologia preconizada por Fairclough, conforme a Figura 8, é entendida como crítica, porque se compromete em “mostrar conexões e causas que estão ocultas; implica, também, a intervenção – por exemplo, fornecendo recurso por meio da mudança para aqueles que possam encontrar-se em desvantagem” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 28).

Figura 8 – Concepção tridimensional de discurso.



Fonte: Scherer (2013, p. 34) a partir de Meurer (2005, p. 95) com base em Fairclough (1992, p. 73).

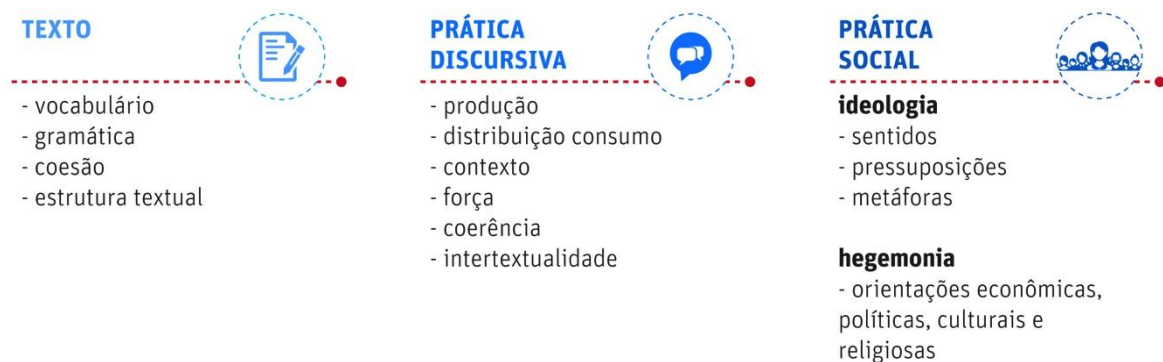
O autor chama a atenção para o fato de que uma mudança discursiva não é um processo unilinear, “[...] há luta na estruturação de textos e ordens do discurso, e as pessoas podem resistir às mudanças que vêm de cima ou delas se apropriar, como também simplesmente seguir” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 28).

A análise tridimensional do discurso tem como ponto de partida a GFS de Halliday (1994), que considera a linguagem como multifuncional a partir de três metafunções: ideacional, interpessoal e textual. A metafunção ideacional está relacionada com a representação do mundo, ou seja, como o mundo é para o

enunciador e como o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença. A metafunção interpessoal está relacionada com a interação entre os participantes de um evento comunicativo. Já a metafunção textual diz respeito à organização das informações no texto. Apesar de reconhecer a abordagem de Halliday como um bom ponto de partida, Fairclough (2008) traz para seu modelo conceitos como “intertextualidade” (p. 133-173), “ideologia” (p. 116-121) e “hegemonia” (p. 122-126).

As categorias analíticas do modelo tridimensional podem ser agrupadas, conforme a Figura 9 e também serem focalizadas ora no texto, ora na prática discursiva, ora na prática social.

Figura 9 – Categorias analíticas propostas no modelo tridimensional.



Fonte: Categorias de análise propostas por Fairclough (2008) e sistematizadas por Resende e Ramalho (2004, p.188).

O conceito de intertextualidade<sup>27</sup>, a presença explícita de outros textos num texto, é central na análise da prática discursiva. A análise da dimensão da prática social está centrada nos conceitos de ideologia e, especialmente, hegemonia, que envolve modos de dominação por meio de alianças, a subordinação de determinados grupos sociais e a geração de consentimentos. O detalhamento das três dimensões

<sup>27</sup> Elaborado por Kristeva (1978, p. 72-82) a partir da noção de dialogismo proposta por Bakhtin, o conceito de intertextualidade defende a ideia de que “todo texto se constrói como um mosaico de citações [...] é absorção e transformação de outro texto”. A linguagem passa a ser vista como intertextual, dupla e ambivalente, através do processo de “transformação”. O termo “ambivalência” implica a inserção sócio-histórica no texto (e do texto na história) e, por isso, aproxima-se do diálogo, por seu caráter duplo. A intertextualidade é definida enquanto um ponto de intersecção em que se entrecruzam vozes, que se polemizam entre si, se completam, respondem umas às outras ou se confrontam.

de análise propostas por Fairclough para o estudo dos discursos é o que abordaremos nos três próximos itens.

#### 1.2.3.1 Análise crítica do discurso na dimensão do texto

A análise textual envolve as quatro categorias explicitadas no quadro apresentado acima – vocabulário (lexicalização), gramática, coesão e estrutura textual – e pode começar de forma ascendente, iniciando pela observação de palavras isoladas (vocabulário), seguindo pelas palavras organizadas em orações e frases (gramática), indo para a ligação entre orações e frases (coesão) e, finalmente, chegando à estrutura textual como um todo. Um aspecto interessante em relação ao vocabulário é a presença de determinadas expressões e metáforas que podem sinalizar implicações políticas e ideológicas. Por exemplo, “uma questão de vocabulário – ‘terrorista’ e ‘lutador pela liberdade’ são combinações contrastantes de significante e de significado, e o contraste entre elas é socialmente motivado” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 103). O modo como as orações são organizadas também pode revelar a construção de identidades sociais. O autor observa que as orações “A União Soviética reduz as Forças Armadas”<sup>28</sup> e “O exército soviético desiste das cinco divisões” representam um mesmo evento de formas diferentes, implicando também em um “investimento ideológico” diferente. Já os recursos coesivos podem omitir a agência de processos e apontar intenções políticas e/ou ideológicas como, por exemplo, “O preço do exército vermelho é reduzido (por Gorbachev)”.

#### 1.2.3.2 Análise crítica do discurso na dimensão da prática discursiva

A análise da prática discursiva (produção, distribuição e consumo) está baseada na tradição interpretativa, que considera a prática social como algo que as pessoas ativamente produzem e apreendem com embasamento em procedimentos compartilhados consensualmente. Fairclough (2003, 2008) chama a atenção para aspectos importantes que podem ser observados nessa etapa da análise: a interdiscursividade (ou intertextualidade constitutiva); a intertextualidade manifesta (quando o texto recorre explicitamente a outros textos específicos); a distribuição do

---

<sup>28</sup> Esta e as outras duas orações citadas aqui foram analisadas na obra de Fairclough (2008, p.104).

texto (cadeias intertextuais); o consumo do texto (coerência) e as condições das práticas discursivas (particulares ou coletivas).

A intertextualidade, para Fairclough (2008, p. 134-135), pressupõe a “inserção do texto na história”. Em outras palavras, os textos absorvem e são construídos de textos do passado, assimilando-os, respondendo-lhes, reacentuando-os e retrabalhando-os. Assim, cada texto ajuda a fazer história, contribuindo para que ocorram processos de mudança mais amplos, já que também antecipa e molda textos subsequentes. Como observa o pesquisador (FAIRCLOUGH, 2008, p. 157), uma forma peculiar de intertextualidade manifesta é o metadiscurso, que pode ser identificado quando o produtor do texto distingue níveis diferentes dentro de seu próprio texto e distancia a si próprio de alguns níveis do texto.

[...] expressões como ‘espécie de’, ‘tipo de’, para marcar uma expressão como não muito adequada [...] ou uma expressão pode ser marcada como pertencendo a um outro texto ou convenção particular (‘como x poderia ter dito isso’, ‘em termos científicos’), ou como metafórica (‘falando metaforicamente’). Uma outra possibilidade é parafrasear ou reformular uma expressão (“cultura empresarial” por “empreendimento”). [...]. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 157).

‘O metadiscurso, no entendimento de Fairclough (2008), implica que o produtor de texto se situe numa posição acima ou fora de seu próprio discurso e em condição de controlá-lo ou manipulá-lo. Essa possibilidade apresenta dois lados. Primeiro, a probabilidade de o enunciador distanciar-se de seu próprio discurso, criando a ilusão de que ele pode controlar esse discurso. O segundo, diz respeito à visão dialética da relação entre discurso e subjetividade: os sujeitos são posicionados e constituídos no discurso, mas também são transformadores, na medida em que se envolvem na prática contestadora e redefinidora das estruturas discursivas (ordem do discurso) que os posicionaram.

Já para olharmos a interdiscursividade, Fairclough sugere (2008, p. 164-165) que observemos discursos particulares que designam não só uma área relevante do conhecimento, mas, ainda, o modo particular como ela é constituída. Por exemplo, “o discurso médico técnico-científico, isto é, a medicina como uma área de conhecimento construída de uma perspectiva tecnológica e científica em contraste com os discursos associados às várias medicinas alternativas” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 165).

Na análise das práticas discursivas, Fairclough (2008) salienta que é interessante que se observe também outras duas dimensões: distribuição e consumo.

A análise da distribuição de textos está relacionada com a observação das cadeias intertextuais. Tais cadeias podem ser muito complexas. Um discurso presidencial pode gerar ou se transformar em outros textos pertencentes a diferentes gêneros (reportagens, análises e comentários, artigos acadêmicos, etc.). “[...] os diferentes tipos de textos variam radicalmente quanto ao tipo de redes de distribuição e cadeias intertextuais em que eles entram, e, portanto, quanto aos tipos de transformação que eles sofrem” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 167). Por exemplo, um artigo científico para um público específico e especializado pode gerar reportagens, artigos de opinião, charges e outros textos presentes na mídia e dirigidos a leitores não especializados.

Ao analisarmos o consumo do texto, a coerência deixa de ser abordada como propriedade do texto para ser tratada como propriedade de interpretação. Um texto só fará sentido para alguém quando lhe for possível interpretá-lo através de leitura coerente e em acordo com os propósitos de quem produziu o texto. No entanto, há a possibilidade de ocorrerem leituras diferentes como forma de resistência àquela proposta pelo texto. De qualquer modo, a fim de que um texto faça sentido, é necessário que os intérpretes encontrem uma maneira de convencionar seus vários dados em uma unidade coerente, conquanto não necessariamente unitária, determinada ou não ambivalente. O conceito de coerência é o cerne de muitas explicações sobre a interpretação.

Os textos postulam sujeitos intérpretes e, implicitamente, estabelecem posições interpretativas para eles, que são ‘capazes’ de usar suposições de sua experiência anterior para fazer conexões entre os diversos elementos intertextuais de um texto e gerar interpretações coerentes. Não se deve entender, com isso, que os intérpretes sempre resolvam plenamente as contradições de textos; os intérpretes podem gerar interpretações resistentes, e é possível para os intérpretes chegar a uma reconciliação parcial ou a uma resolução das contradições que seja adequada para seus propósitos imediatos. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 171-172).

A compreensão dos textos está imbricada com as condições das práticas discursivas. Para analisar as condições dessas práticas, é necessário considerar se os textos são produzidos de maneira particular e em contextos sociais particulares. Da mesma forma, os textos são consumidos diferentemente em variados contextos sociais. A produção e o consumo podem ser individuais ou coletivos. Os textos podem ser caracterizados por distribuição simples (conversa casual) ou complexa (na mídia, por exemplo). O consumidor também pode ocupar um conjunto de posições, sendo que cada uma delas pode também ser ocupada de forma múltipla: por receptores

(aqueles para quem os textos se dirigem) e ouvintes ou leitores (aqueles para quem o texto não está dirigido diretamente, mas são incluídos).

### 1.2.3.3 Análise crítica do discurso na dimensão da prática social

Na terceira dimensão do modelo, está a análise da prática social, que tem como objetivo especificar “a natureza da prática social da qual a prática discursiva é uma parte, constituindo a base para explicar por que a prática discursiva é como é; e os efeitos da prática discursiva sobre a prática social” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 289), porque “a prática social (política, ideológica, etc.) é uma dimensão do evento comunicativo, da mesma forma que o texto” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 99).

Nessa dimensão de análise, dois conceitos são centrais: ideologia e hegemonia. Para Fairclough (2008, p. 117), “as ideologias embutidas nas práticas discursivas são por demais eficazes quando se tornam naturalizadas e conseguem atingir o *status* de senso comum”. Contudo, observa ele, essa propriedade aparentemente estável e estabelecida das ideologias pode ser subjugada pela transformação que se dá pela luta ideológica presente na prática discursiva. Nesse ponto, a questão-chave é: a ideologia é uma propriedade de estruturas ou uma propriedade de eventos? Para o autor, são “ambas” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 118). A ideologia é uma propriedade tanto de estruturas – nas ordens dos discursos (que constituem o resultado de eventos passados) – quanto de eventos (ou condições de eventos atuais e nos próprios eventos). “É uma orientação acumulada e naturalizada que é construída nas normas e nas convenções, como também um trabalho atual de naturalização e desnaturalização de tais orientações nos eventos discursivos” (FAIRCLOUGH, 2008, p.119). Assim, os sujeitos, mesmo sendo posicionados ideologicamente, têm capacidade de agir criativamente no sentido de executar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e também de reestruturar tanto as práticas quanto as estruturas posicionadoras. Assim, à medida que os seres humanos transcendem esse tipo de sociedade, transcendem, ainda, a ideologia.

O segundo aspecto a ser abordado na análise da prática social é a hegemonia, um conceito procedente dos estudos de Gramsci (1971 apud FAIRCLOUGH, 2008, p. 119) sobre o capitalismo ocidental e da estratégia revolucionária da Europa Ocidental. Das inúmeras concepções de hegemonia, Fairclough (2008, p. 122) enfatiza quatro:

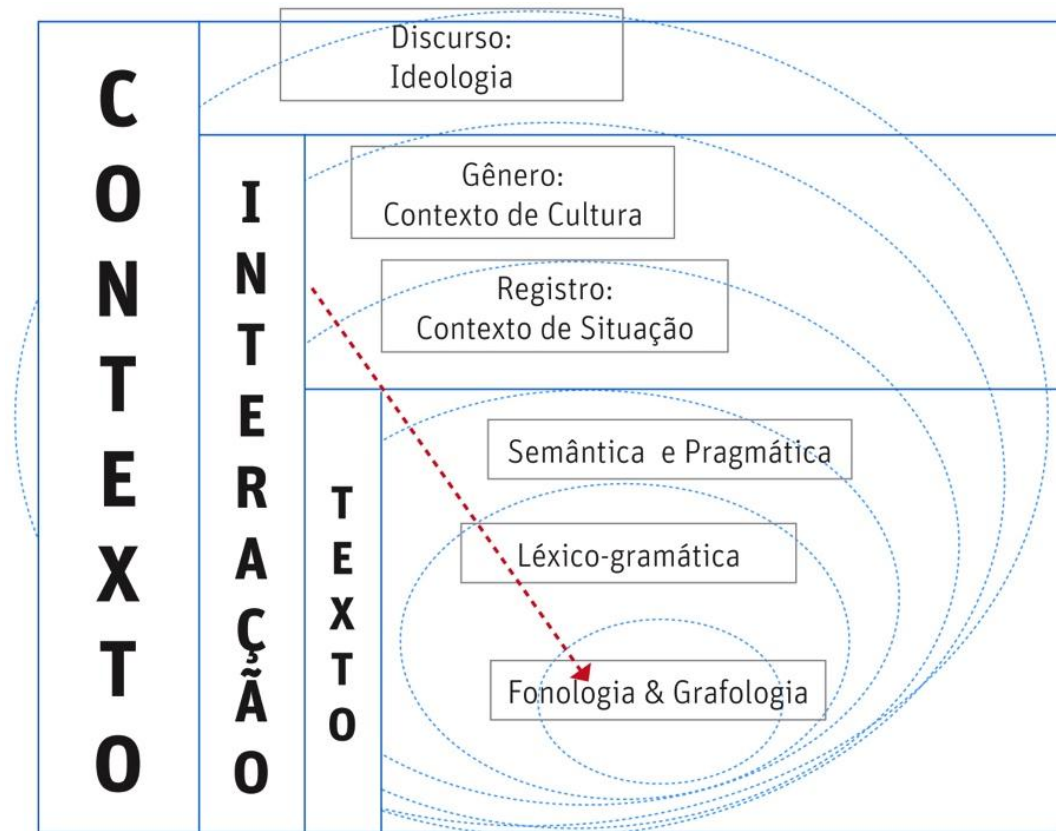
(1) liderança tanto quanto exercício do poder em vários domínios de uma sociedade (econômico, político, cultural e ideológico); (2) manifestação do poder de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças da sociedade como um todo, porém, nunca alcançando, senão parcial e temporariamente, um 'equilíbrio instável'; (3) construção de alianças e integração por meio de concessões (mais do que a dominação de classes subalternas); (4) foco de luta constante sobre aspectos de maior volubilidade entre classes (e blocos) a fim de construir, manter, ou até mesmo romper alianças e relações de dominação/subordinação que assumem configurações econômicas, políticas e ideológicas.

A ideologia, a partir dessa visão de hegemonia, é “uma concepção do mundo que está implicitamente manifesta na arte, no direito, na atividade econômica e nas manifestações da vida individual e coletiva” (GRAMSCI *apud* FAIRCLOUGH, 2008, p. 123). Nessa perspectiva, a produção, a distribuição e o consumo de textos são, na realidade, um dos enfoques da luta hegemônica que contribui, em diferentes graus, para a reprodução ou a transformação da ordem de discurso e das relações sociais assimétricas existentes. Em seu modelo de análise tridimensional, Fairclough (2008) reúne uma variedade de perspectivas teóricas e métodos, salientando duas ênfases: na primeira, as propriedades socialmente construtivas do discurso; na segunda, a “textura” [tessitura] dos textos (HALLIDAY; HASAN, 1976 *apud* FAIRCLOUGH, 2008, p. 131) e sua composição por meio de fragmentos de outros textos.

Motta-Roth (2008, p. 355) demonstra, conforme a Figura 10, uma relação possível entre o modelo tridimensional e o modelo em círculos concêntricos adaptado da LSF.



Figura 10 – Adaptação do Discurso como texto, interação e contexto de Fairclough (1989) e da Linguagem em seu ambiente semiótico de Martin (1992).



Fonte: Motta-Roth (2008, p. 355).

A relação entre os dois modelos de análise é assim explicada pela pesquisadora:

O nível do texto escrito no modelo de Fairclough (à direita) equivale à grafologia e à léxico-gramática; a interação corresponde ao registro e ao gênero; e o contexto é o plano mais amplo do discurso e da ideologia, sendo que o gênero que constitui a cultura está num nível intermediário entre a situação e o contexto da totalidade da sociedade. Na representação da sistêmica (à esquerda), texto e contexto estão em relação metafórica. A linguagem é uma metáfora para a realidade social (desempenha uma metafunção de representar a realidade social), assim como a realidade social é uma metáfora para a linguagem (cf.: Martin 1992: 494). A dimensão semiótica de uma situação de interação se constitui na léxico-gramática do texto, correspondente a um registro de um gênero específico. Esse gênero, por sua vez, estrutura as instituições. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 355).

No modelo tridimensional da ACD, a análise das práticas sociais se dá pelo texto (produto das práticas discursivas). Os indivíduos que constroem os discursos

fazem escolhas sobre modelos e estruturas de seus “discursos”, que são, também, escolhas sobre o significado.

A prática discursiva é constitutiva tanto de maneira convencional quanto criativa: contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 92).

O estudioso salienta que um projeto de análise do discurso, na perspectiva da ACD, deve ser um empreendimento interdisciplinar, uma vez que o interesse nas propriedades dos textos, na produção, na distribuição e no consumo dos textos, assim como nos processos sociocognitivos de produção e interpretação de textos e no relacionamento da prática social com as relações de poder, são questões de interesse para várias ciências sociais e humanistas.

Os principais fundamentos da ACD (FAIRCLOUGH; WODAK, 1997 apud VAN DIJK, 2010<sup>29</sup>, p. 115) como abordagem de investigação analítica discursiva podem ser sintetizados da seguinte maneira: (1) a ACD aborda problemas sociais; (2) as relações de poder são discursivas; (3) o discurso constitui a sociedade e a cultura; (4) o discurso realiza um trabalho ideológico; (5) o discurso é histórico; (6) a relação entre o texto e a sociedade é mediada; (7) a análise do discurso é interpretativa e explanatória; (8) o discurso é uma forma de ação social.

Nessa perspectiva, determinados discursos, como o educacional e o jornalístico, assumem posição central na sociedade. Para van Dijk (2010), o poder potencial do discurso jornalístico é enorme, uma vez que a aquisição de conhecimento e a formação de opinião sobre a maior parte dos eventos do mundo parecem basear-se largamente por ele. “Provavelmente, nenhum outro tipo de discurso é tão penetrante e compartilhado por tantas pessoas de maneira mais ou menos simultânea” (VAN DIJK, 2010, p. 77). O poder potencial, observa o autor, não pode ser compreendido em termos de “efeitos” simplistas, pois, dependendo das diferenças socioeconômicas e socioculturais, as pessoas interpretam e avaliam de modo bastante diferente o discurso jornalístico. No entanto, por seu poder potencial, é sempre pertinente uma análise minuciosa sobre ele “para compreendermos o exercício do poder político, econômico, social e cultural, além da comunicação e da aquisição de ideologias que lhes dão apoio” (VAN DIJK, 2010, p. 77).

---

<sup>29</sup> A primeira publicação desta obra de van Dijk data de 2008.

Assim, a partir do aparato teórico-metodológico da ACG, que congrega três vertentes teóricas cujos pressupostos centrais foram reunidos de modo sintetizado no presente texto, propusemo-nos analisar a representação do câncer no gênero reportagem de PC. Para isso, baseamo-nos em exemplos do gênero em questão publicados na revista *VEJA*. Os resultados estão relatados nos Capítulos 4 e 5. Na próxima seção, apresentamos a sistematização de teorias e estudos que fornecem elementos para a melhor compreensão de aspectos sociais e discursivos que devem ser considerados no gênero reportagem de PC.



## 2 A REPORTAGEM DE PC COMO PRÁTICA SOCIAL E DISCURSIVA

Neste capítulo, dedicamo-nos a refletir sobre a reportagem de PC como uma prática discursiva e social, estabelecendo um diálogo entre teorias do Jornalismo e a ACD para debater aspectos que envolvem produção, circulação e consumo de informações no gênero reportagem. Para tanto, na subseção 2.1, trataremos da reportagem de PC e suas especificidades. Na seção 2.2 enfatizaremos o referido gênero como uma prática social agregando a essa reflexão ideias centrais de quatro perspectivas teóricas do campo da Comunicação que abordam especificamente a área jornalística: (1) o *Newsmaking* (TUCHMAN, 1978), conceito elaborado a partir da observação das rotinas produtivas jornalísticas; (2) a teoria do Agendamento ou *Agenda Setting* (MCCOMBS; SHAW, 1977), que explica como a mídia agenda o(s) debate(s) públicos e como os consumidores de notícias tendem a considerar mais importantes os assuntos veiculados na imprensa; (3) a teoria dos Definidores Primários (HALL, 1999), que enfatiza o acesso privilegiado ao discurso midiático de certas fontes ou grupos/segmentos sociais e (4) a teoria da Espiral do Silêncio (NOELLE-NEUMANN, 1995), que aponta como a reprodução da ideologia dominante pela mídia pode sufocar desejos de mudança presentes na maioria silenciosa. Ainda neste capítulo, na subseção 2.3, abordaremos a reportagem de PC como uma prática discursiva a partir de estudos anteriores realizados por pesquisadores das áreas da Linguística Aplicada e da Comunicação. Nessa sistematização, procuramos descrever as especificidades do gênero reportagem de PC, destacando os seus propósitos comunicativos, a organização retórica e as estratégias discursivas presentes no referido gênero.

### 2.1 A REPORTAGEM DE PC

Situar os gêneros discursivos e analisá-los, na perspectiva da ACG, exige que se amplie o campo de visão, “expandido para além dos limites do léxico e da gramática, para abarcar o contexto social, o discurso e a ideologia” (MOTTA-ROTH, 2008, p. 351). Esse tipo de análise requer um olhar para todos os extratos dos planos comunicativos.

[...] tal expansão demanda que as análises considerem as condições de produção, distribuição e consumo do texto, e focalizem os textos que circulam na sociedade contra o pano de fundo do momento histórico. Olham-se as finalidades e a organização econômica dos grupos sociais, em termos de vida cotidiana, negócios, meios de produção, formações ideológicas, etc., que determinam o conteúdo, o estilo e a construção composicional dos gêneros [...]. (MOTTA-ROTH, 2008, p. 351).

Portanto, num estudo como o nosso, cuja proposta é investigar o gênero discursivo reportagem de PC e a(s) representação(ões) nele presente(s) a respeito do câncer, uma análise estritamente textual nos parece que seria incompleta. Na ACG, conforme é preconizada por Motta-Roth (2008), a análise da materialidade textual deve encontrar apoio “na reflexão acerca do momento histórico e da organização da sociedade em que o texto se inscreve, para, assim, interpretar os atos realizados no discurso e as atividades constituídas nos gêneros em uma dada situação de interação social” (MOTTA-ROTH; MARCUZZO, 2010, p. 520). Nessa perspectiva, tanto o discurso científico como o discurso midiático são construídos pelas regras do gênero em que são postos em circulação e por critérios pelos quais tentam se legitimar como portadores de uma “verdade”.

Desse modo, entendemos que, se o nosso objetivo é descrever, interpretar e tentar explicar a complexidade que envolve o gênero discursivo reportagem de PC, devemos olhar também como o referido gênero está inserido na organização da sociedade em determinado momento histórico. Procuramos, assim, além de sistematizar os pressupostos do campo da Linguística, buscar contribuições de teorias/hipóteses do Jornalismo.

No sistema de gêneros jornalísticos, a reportagem é considerada um dos gêneros de maior prestígio. Sua importância reside não só no espaço/tempo que lhe é destinado nos meios de comunicação, mas, principalmente, porque o gênero reportagem “compreende desde a simples complementação de uma notícia – uma expansão que situa o fato e suas relações mais óbvias com outros fatos antecedentes, consequentes e correlatos – até o ensaio capaz de revelar, a partir da prática histórica, conteúdos de interesse permanente” (LAGE, 2001, p. 83).

Ao olharmos para a sua estrutura, podemos compreender o gênero reportagem como resultante da combinação de pré-gêneros, gêneros desencaixados e gêneros

situados (FAIRCLOUGH, 2003, p. 65-86<sup>30</sup>), que, articulados, constituem-se numa nova e complexa maneira de agir e interagir no curso de eventos sociais. No gênero reportagem de PC, por exemplo, a narrativa e a descrição (considerados pré-gêneros) e a entrevista (gênero desencaixado) estão em proeminência.

O gênero reportagem se dá a partir de práticas (sociais e discursivas) adotadas pelos membros especializados dessa comunidade linguística e de determinados propósitos, podendo resultar em determinados fenômenos comunicacionais e sociais. Assim, na próxima seção, dedicamo-nos a refletir a respeito da reportagem como uma prática social.

## 2.2 A REPORTAGEM DE PC COMO PRÁTICA SOCIAL

Na perspectiva jornalística, as práticas sociais e discursivas que constituem o gênero reportagem são, usualmente, denominadas “rotinas produtivas”. Essas práticas, nas últimas décadas, têm sido objeto de estudo de pesquisadores de diferentes campos do conhecimento, como a Sociologia, a Psicologia, entre outros. A socióloga Gaye Tuchman, na década de 1970, apresentou um estudo a respeito de tais práticas, que, hoje, é usualmente denominado *Newsmaking*. A síntese desse estudo, apresentamos a seguir.

### 2.2.1 Teoria/hipótese de *Newsmaking*

O modelo teórico de *Newsmaking*, desenvolvido por Tuchman (1978), explicita as conexões e as relações existentes entre a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos na construção dos gêneros noticiosos. Autores, como Pena (2007) e Traquina (1999, 2000, 2005), que sistematizaram, no Brasil, os estudos de Tuchman, classificam o modelo de

---

<sup>30</sup> Para Fairclough (2003), os gêneros se diferenciam pelo seu nível de abstração. O autor considera que a narrativa, o argumento, a descrição e a conversação são pré-gêneros, em razão do alto nível de abstração e por transcenderem a redes particulares de práticas sociais. A entrevista, no entendimento do autor, é um gênero “desencaixado” de redes particulares de práticas sociais onde inicialmente foi desenvolvida, tornando-se disponível como uma espécie de ‘tecnologia social’, que transcende tanto as diferenças entre as redes de práticas quanto as diferenças de escala. Entrevista, por exemplo, abrange diferentes tipos, situados em práticas sociais particulares (entrevista de emprego, entrevista de celebridades na televisão, entrevista política, etc.), e até formas bastante específicas, tais como entrevista política, que transcende as diferentes escalas para se tornar uma forma de agir e interagir usada internacionalmente.

*Newsmaking* entre as teorias do Jornalismo, e não como teoria da Comunicação, abordagem que é preconizada por Wolf (1995<sup>31</sup>). Já Hohlfeldt (2001) a situa como hipótese, por entender que, enquanto a teoria tem o aspecto negativo, por ser um sistema fechado, excludente e eliminar toda e qualquer alternativa divergente, a hipótese constitui-se em:

[...] um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de *erro* característico de uma teoria. [...] Uma hipótese é sempre uma experiência, um caminho a ser comprovado e que, se eventualmente *não der certo* naquela situação específica, não invalida necessariamente a perspectiva teórica. (HOHLFELDT, 2001, p. 189).

A hipótese/teoria do *Newsmaking* (referenciaremos assim, pois não é nosso foco situar os estudos de *Newsmaking* em determinado sistema) orienta-se para a produção e os produtores da notícia ao estudar a influência da rotina (constrangimentos organizacionais, condições orçamentárias, distribuição da rede noticiosa, etc.) na representação dos acontecimentos. Assim, o jornalismo, longe de ser um espelho do real, é (re)construção de uma suposta realidade (BERGER; LUCKMANN, 2010<sup>32</sup>). “É no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de notícia” (PENA, 2007, p. 128).

O estudo de Tuchman, que originou o livro *Making News* e o modelo teórico de *Newsmaking*, foi realizado por meio de uma pesquisa etnográfica (observação participante) no período de 1966 a 1976. Acompanhando as rotinas produtivas de um canal de TV, de três jornais impressos e da sala de redação da Prefeitura de New York, a socióloga dedicou-se a compreender em que medida os *media* podem contribuir com a construção social da realidade e como as rotinas do trabalho informativo determinam a produção da notícia. A pesquisadora concluiu que os jornalistas trabalham pressionados pelo fator tempo e pela imprevisibilidade dos acontecimentos noticiáveis, que podem surgir em qualquer parte e a qualquer momento. Nesse contexto, procuram estabelecer uma organização, visando impor ordem no tempo e no espaço a partir de determinadas práticas unificadas na produção de notícias. É na análise dessas práticas ou rotinas produtivas que se concentram os estudos de *Newsmaking*.

---

<sup>31</sup> A primeira publicação desta obra de Wolf data de 1987.

<sup>32</sup> No Brasil, a primeira publicação desta obra de Berger e Luckmann data de 1973.



Para ordenar o tempo, como observa Traquina (2001, p. 95-96), os veículos jornalísticos organizam a distribuição da rede noticiosa da seguinte forma: (1) por área geográfica, ao enviar correspondentes e delegações a outros territórios; (2) por especialização organizacional, ao escalar sentinelas em instituições, como Senado, Câmara, Palácio do Planalto; (3) por especialização temática, com a manutenção das editorias, cadernos e suplementos. Outra prática observada por Tuchman (1978) foi a seleção dos acontecimentos considerados significativos e com potencial para alcançarem o *status* de notícia (entendida de modo amplo, como informação que apresenta um acontecimento novo e recente ou que divulga uma novidade sobre situação já existente). A pesquisadora constatou que a seleção era feita a partir de determinados elementos que, hoje, são amplamente conhecidos entre os estudiosos dos processos de produção jornalística como *critérios de noticiabilidade* (TUCHMAN, 1978 apud HOHLFELDT, 2001, p. 208) e entendidos como a “aptidão potencial de um fato para se tornar notícia [...] conjunto de requisitos que se exige de um acontecimento para que ele adquira existência enquanto notícia”. Esse conjunto de requisitos é denominado “valores-notícia” (*news-value*). Os “valores-notícia”, sistematizados por Wolf (1995) e Traquina (1999, 2004, 2005) e organizados de modo sintetizado por Pena (2007), podem ser agrupados em cinco grandes categorias:

**Categorias substantivas:**

Importância dos envolvidos  
Quantidade de pessoas envolvidas  
Interesse nacional  
Interesse humano  
Feitos excepcionais

**Categorias relativas ao produto:**

Brevidade – nos limites do jornal  
Atualidade  
Novidade  
Organização interna da empresa  
Qualidade – ritmo, ação dramática  
Equilíbrio – diversificar assuntos

**Categorias relativas ao meio de informação:**

Acessibilidade à fonte/local  
Formação prévia/manuais  
Política editorial

**Categorias relativas ao público:**

Plena identificação de personagens  
Serviço/interesse público  
Protetividade – evitar suicídios, etc.

**Categorias relativas à concorrência:**

Exclusividade ou furo  
Gerar expectativas  
Modelos referenciais (PENA, 2007, p. 72).

Assim, quanto mais critérios um acontecimento contemplar, maior será o seu potencial de tornar-se “notícia”. A noticiabilidade de um acontecimento, salienta Pena (2007, p. 73), é negociada entre o repórter, o editor, o editor de redação e, em alguns casos, até com o próprio dono do veículo de comunicação. Por exemplo, a decisão de realizar, ou não, a cobertura de um evento que exige grandes investimentos para o deslocamento de repórteres e de transmissão de dados, certamente, passa, também, pelos setores administrativos e financeiros de uma empresa jornalística. Isso implica dizer que são os critérios estabelecidos do fazer jornalístico que tornam possível essa rotina, pois “são contextualizados no processo produtivo, em que adquirem significado, desempenham função e tornam-se elementos dados como certos, o conhecido senso comum da redação” (PENA, 2007, p. 73-74).

O estudo realizado por Tuchman concluiu que, devido à superabundância de fatos/acontecimentos, as empresas/instituições jornalísticas devem cumprir três obrigações básicas ao produzir notícias:

- 1) devem tornar possível o reconhecimento de um facto desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável;
- 2) devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de dar a cada fato ocorrido um tratamento idiossincrático, ou seja, tão peculiar ou diferente que não possa ser reconhecido;
- 3) organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. (TUCHMAN, 1977 apud WOLF, 1995, p. 160- 170).

Desse modo, “fazer notícia” pode, resumidamente, ser entendido como

[...] um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, uma série produtiva que vai da pragmaticidade<sup>33</sup> à factibilidade, num processo múltiplo de descontextualização e recontextualização de cada fato, enquanto narrativa jornalística. (HOHLFELDT, 2001, p. 208).

Assim, a produção jornalística e, por consequência, os gêneros desse segmento social resultam de diferentes forças e interesses que interagem para a sua

---

<sup>33</sup> A noção de pragmaticidade, para Chaparro (1994), relaciona-se ao fato de as instituições/empresas jornalísticas discursarem e agirem pelos acontecimentos que produzem. O jornalismo, assim, é submetido a pressões de quantidade e de qualidade dos fatos noticiáveis e, também, a crescentes pressões éticas e morais, por causa da responsabilidade dos efeitos, já que as alterações pretendidas ou provocadas pelas notícias estão inevitavelmente vinculadas a interesses particulares. No espaço e no tempo do jornalismo, disputa-se o lucro, o poder, o prestígio, a influência, a dominação. Luta-se pela sobrevivência, pela dignidade, pela preservação da vida, pelos ideais, pelo futuro. E uma nova linguagem que se desenvolveu e se consolidou na lógica dos conflitos da atualidade: a linguagem do acontecimento.

constituição/construção e definição de conteúdo. Os gêneros jornalísticos, dentre os quais a reportagem, constituem-se também em espaços onde diversas vozes se manifestam, orquestradas pela “voz” autoral do(s) jornalista(s). Embora, na perspectiva bakhtiniana, todo discurso seja sempre um “eco” de outros discursos e, portanto, de outras vozes, na narrativa jornalística, a presença explícita de outras vozes é *sine qua non*. A narrativa jornalística, explicitamente, é construída por múltiplas vozes. Essa multiplicidade de vozes, no entanto, não significa, necessariamente, que o discurso jornalístico seja produzido igualmente e democraticamente. Estudos voltados a entender como se dá o processo de mobilização de determinadas vozes, ou fontes de informação, pelos jornalistas na construção do discurso jornalístico resultaram em duas teorias que estão, de certo modo, imbricadas: a dos definidores primários (HALL, 1999) e a da espiral do silêncio (NOELLE-NEUMANN, 1995).

### 2.2.2 A Teoria dos Definidores Primários e a Espiral do Silêncio

A teoria dos Definidores Primários está relacionada ao poder que determinadas fontes privilegiadas têm na construção das notícias. Pena (2007) observa que:

[...] possíveis distorções no noticiário não seriam fruto de uma simples conspiração dos profissionais da imprensa com os dirigentes da classe hegemônica, mas, na verdade, uma subordinação às opiniões das fontes que têm posições institucionalizadas, também chamadas de definidores primários. (PENA, 2007, p. 154).

Assim, por exemplo, pessoas com cargos institucionais – agentes do governo, representantes de instituições de ensino e de pesquisa, especialistas de determinadas áreas do conhecimento – são, normalmente, as primeiras a ser procuradas para entrevistas. A preferência pela opinião daqueles que detêm alguma forma de poder funcionaria como uma defesa para o jornalista. Ao construir seu relato apoiado em depoimento(s) de fonte(s) detentora(s) de alguma forma de poder, o jornalista legitima a informação. Se entrevistar outra fonte com posição divergente, demonstra objetividade. A mobilização desse tipo de fonte de informação resolve também alguns problemas relacionados às rotinas produtivas, como as pressões do *deadline*<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Prazo ou horário final para o fechamento da edição.

Na hora do fechamento, o jornalista dará preferência a uma fonte que considere avalizada e não se arriscará a perder a reportagem ou reproduzir a opinião de quem não tem um epíteto institucional à frente do nome. E essa fonte fornecerá as primeiras definições sobre o assunto. Ou seja, será o definidor primário. (PENA, 2007, p. 155).

Nessa perspectiva, o discurso jornalístico pode ser entendido como o discurso dos poderosos. No entanto, tal teoria é relativizada pelos seus próprios defensores. Pena (2007), ao comentar observações feitas por Stuart Hall (1999), explica que os jornalistas têm uma lógica específica (cultura profissional), a qual pode entrar em conflito com os definidores primários. Outro aspecto a ser considerado é que “há sempre uma disputa de poder entre as instituições, o que pode levar a versões contraditórias sobre o mesmo assunto” (PENA, 2007, p. 155).

A relação entre o discurso jornalístico e a reprodução da ideologia dominante pode também ser explicada por outros estudos voltados a entender a relação entre a mídia e a opinião pública. É o caso da teoria da Espiral do Silêncio, proposta por Elisabeth Noelle-Neumann, em 1972, durante um congresso de Psicologia, em Tóquio. Essa teoria, publicada em livro somente em 1984, defende, segundo Pena (2007, p. 155), que “os indivíduos buscam a integração social através da observação da opinião dos outros e procuram se expressar dentro dos parâmetros da maioria para evitar o isolamento”. Assim, ao adotarem uma postura de silenciamento das opiniões divergentes à ideologia dominante/majoritária por medo da solidão social, ajudariam a manter o *status quo*. Os desejos de mudança seriam sufocados pela “espiral do silêncio”.

O estudo de Noelle-Neumann (1995) sugere que as pessoas sofrem influência não só pelo que os outros dizem (nesse caso, o(s) discurso(s) presente(s) na mídia), mas também pelo que imaginam que os outros poderiam dizer. O receio de que suas opiniões possam não ter receptividade as levam ao silêncio. Assim, considerando que os meios de comunicação tendem a priorizar (até mesmo por razões relacionadas às rotinas produtivas) as opiniões daqueles que exercem alguma forma de poder, acabam contribuindo para a consolidação de tais opiniões e o silêncio das minorias (que podem ser, efetivamente, majorias). Essa perspectiva teórica nos leva a questionar o próprio conceito de opinião pública. Embora não seja o nosso foco de estudo discutir o que pode/deve ser entendido como opinião pública, a referida teoria nos possibilita compreender como certos mecanismos da mídia, especialmente nas instituições jornalísticas, podem distorcer nossa percepção do que seja a opinião

pública e até mesmo sobre aspectos da realidade (ou do que acreditamos ser realidade) e, por consequência, acerca das representações que são construídas a partir de nosso mundo social.

Outra questão que não pode ser relegada é a centralidade da mídia (e dos discursos nela presentes) na sociedade contemporânea. A circulação dos discursos em gêneros midiáticos oportuniza espaços privilegiados a determinadas ideias ou perspectivas sobre o mundo, pois alcançam um número elevado de pessoas e ocorrem num fluxo praticamente contínuo. Se considerarmos que o gênero reportagem está situado num sistema de gêneros considerados relevantes no contexto social (grosso modo, podemos situá-los como detentores de maior credibilidade que os gêneros publicitários, por exemplo), o conteúdo, ou mais precisamente, os discursos presentes nos gêneros jornalísticos, acabam por conquistar um alcance ainda maior. Alguns estudiosos, ao buscarem entender e/ou dimensionar o papel dos meios de comunicação, sugerem que a mídia agenda as discussões da sociedade. Essa perspectiva teórica começou a conquistar espaço em 1972, a partir dos estudos de McCombs e Shaw, que culminaram na teoria do Agendamento ou hipótese da *Agenda Setting* (1977).

### **2.2.3 Hipótese da *Agenda Setting* ou Teoria do Agendamento**

A hipótese de *Agenda Setting* segue uma orientação diferente dos estudos dos efeitos dos meios de comunicação de massa. Distinta dos estudos dos efeitos que procuram dimensionar o poder da mídia em influenciar e persuadir, as pesquisas que culminaram na teoria do Agendamento analisavam como “as pessoas apreendem (e aprendem) as informações e formam seu conhecimento sobre o mundo” (PENA, 2007, p. 144). Essa hipótese apresenta uma nova perspectiva a respeito do modo como ocorre a interação entre a mídia e o(s) seu(s) público(s).

[...] em consequência da acção dos jornais, da televisão e de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte, de perto, a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979 apud WOLF, 1995, p. 130).

Os pressupostos dessa perspectiva teórica são muitos, mas o aspecto fundamental está no entendimento de que “a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é oferecida, por empréstimo, pelos *mass media*” (SHAW, 1979 apud WOLF, 1995, p. 130). Desse modo, muito do nosso conhecimento acerca do mundo social não é resultado de nossas experiências vividas, mas de representações que nos são oferecidas pela mídia. Aquilo que passamos a entender como realidade e a importância que atribuímos a determinados aspectos do mundo social passam a ser constituídos a partir de (re)construções e recortes selecionados pela lógica midiática.

Hohlfeldt (2001, p. 190-192) destaca três pressupostos que ele considera como os principais na hipótese da *Agenda Setting*: (1) o fluxo contínuo de informação, que pode gerar, inclusive, o “efeito enciclopédia<sup>35</sup>”; (2) a influência da mídia sobre o receptor não se dá em curto prazo, como boa parte das antigas teorias pressupunham, mas, sim, em médio e longo prazos; (3) os meios de comunicação, embora não sejam capazes de impor como pensar em relação a um determinado tema, como defendia a teoria hipodérmica<sup>36</sup>, são capazes de, em médio e longo prazos, influenciar sobre o que pensar e falar. Desse modo, a agenda da mídia, de fato, “passa a se constituir também na agenda individual e mesmo na agenda social” (HOHLFELDT, 2001, p. 190-192).

Nesse fluxo contínuo de informação ao qual estamos expostos todos os dias, de manhã à noite – como em uma espécie de “avalanche informacional” (HOHLFELDT, 2001, p. 190) –, são construídas imagens ou representações do mundo. Tais construções ocorrem num processo contínuo que, muitas vezes, não conseguimos sequer elaborá-las de um modo mais racional e crítico para estabelecer as necessárias conexões a respeito das relações sociais presentes nos discursos da mídia e os efeitos desses discursos no contexto social.

---

<sup>35</sup> O “efeito enciclopédia”, denominado por McCombs, seria provocado por procedimentos usados pelos jornalistas, como o box e outros recursos que revistas e jornais publicam junto a uma grande reportagem, visando atualizar o leitor a respeito de determinado assunto. De modo consciente ou inconsciente, o leitor guarda essas informações na memória e, repentinamente, pode fazer uso delas (HOHLFELDT, 2001, p. 190).

<sup>36</sup> A teoria hipodérmica, também conhecida por “teoria da bala mágica” ou dos “efeitos limitados”, procura entender a mídia a partir de premissas behavioristas. Seu modelo comunicativo é baseado no conceito de “estímulo-resposta”. Na presença de um estímulo (uma mensagem na mídia), o indivíduo seria influenciado sem resistências, da mesma forma que uma agulha hipodérmica penetra a camada cutânea e se introduz sem dificuldades no corpo de uma pessoa. As mensagens da mídia conseguiriam o mesmo efeito “hipodérmico” de uma bala disparada por uma arma de fogo. (DEFLEUR; BALL-ROKEACH, 1993, p. 181-184).

Se considerarmos outros campos do conhecimento, os estudos sobre os processos presentes na comunicação midiática, em especial no jornalismo, são recentes. Não obstante, ajudam-nos na compreensão de determinados aspectos das práticas sociais e discursivas e das representações que emergem dessas práticas. É com base nesses pressupostos teóricos que voltamos ao nosso objeto de estudo e questionamos: que representação do câncer a revista *VEJA* nos forneceu nas suas reportagens de PC nos últimos 40 anos? Que acontecimentos foram considerados relevantes (contemplando diferentes critérios de noticiabilidade (valores-notícia)) e levaram os jornalistas a “agendar” a temática “câncer” no cotidiano dos brasileiros? Que fontes/vozes foram mobilizadas para construir a representação do câncer no gênero reportagem de PC? Que representações foram construídas a partir de determinadas práticas sociais e discursivas?

Antes de detalharmos a análise realizada a partir de tais questionamentos, examinaremos aspectos considerados fundamentais em nosso estudo, que são as peculiaridades das práticas discursivas que envolvem o processo de recontextualização do discurso científico no gênero reportagem de PC.

### 2.3 A PRÁTICA DISCURSIVA

Assuntos referentes à ciência e à tecnologia são material jornalístico cada vez mais recorrente na mídia. Os avanços científicos não só alteram a qualidade de vida, mas também podem colocar em conflito o conhecimento já estabelecido por crenças e senso comum e, em algumas situações, até mesmo os valores religiosos. Assim, como enumera Lage (2001, p. 122), a reportagem especializada em ciência cumpre algumas funções básicas: informativa, educativa, cultural, econômica e político-ideológica.

Ao informar, complementa e atualiza conhecimentos e, neste sentido, educa; ao transmitir conhecimento, atua sobre a sociedade e a cultura, determinando escolhas econômicas e, no fim, opções político-ideológicas. A pouca divulgação da atividade científica brasileira, por exemplo, articula-se como uma representação de atraso que nem sempre corresponde à realidade do país, mas serve a objetivos políticos e institucionais claros. (LAGE, 2001, p. 122).

Se considerarmos o seu propósito mais explícito (socialização de conhecimentos), sua relevância é inegável. No entanto, é uma prática social e discursiva cheia de embates. Cientistas e jornalistas nem sempre compartilham

exatamente dos mesmos objetivos, nem entram em consenso a respeito de como deva/deveria ser o texto de PC. Para as fontes de informação – normalmente pesquisadores (engenheiros, físicos, matemáticos, linguistas, biólogos, psicólogos, etc.) – ou, na perspectiva da linguagem, as vozes mobilizadas pelo(s) jornalista(s) para popularizar a ciência, o texto de PC não apresenta a exatidão ou rigor necessário. Esse descompasso entre cientistas e jornalistas, gera, frequentemente, pelo menos duas posições antagônicas:

[...] (a) os repórteres consideram os cientistas rigorosos demais em matéria de números, expressões e corpos de ideias; (b) os cientistas consideram os repórteres superficiais, desinteressados pela exatidão e displicentes quanto a detalhes importantes do ponto de vista científico. (LAGE, 2001, p. 123).

Esse impasse, normalmente, é resultado da amplitude, extensão e dispersão do público consumidor/leitores dos textos de PC. Para o jornalista, mais importante do que a exatidão, é o uso de clareza, simplicidade e compreensibilidade no texto –seja em termos de números ou palavras. Embora números sejam recursos importantes para conferir credibilidade ao relato, em determinadas situações, tornam-se pouco relevantes. Para Lage (2001, p. 124-125), tentativas de explicar “grandezas fora da dimensão humana corrente (milhões de toneladas, milionésimos de segundo), configurações inexistentes no mundo aparente (cristalização de partículas, buracos negros)” são recursos pouco eficazes na tentativa de compreensão. O que se torna fundamental num texto de informação jornalística científica, salienta o autor, é fazer compreender e aproximar o universo da ciência do universo em que vive e pensa o consumidor da informação.

Assim, no discurso de PC, o jornalista articula um processo de “recontextualização” (BERNSTEIN, 1996) semelhante à produção do discurso pedagógico. O conceito de “recontextualização”, para Bernstein (1996, p. 259), com referência ao discurso pedagógico, é “um princípio que tira (desloca) um discurso de sua prática e contexto substantivos e reloca aquele discurso de acordo com seu próprio princípio de focalização e reordenamento seletivos”. Nesse processo, o jornalista lança mão de estratégias discursivas a fim de tornar o texto (e, por consequência, o discurso) compreensível ao leitor. Trata-se de uma ação discursiva



de explicação que consiste em “fazer saber”, “fazer compreender” e “esclarecer” (CALSAMIGLIA, 2012<sup>37</sup>, p. 298, tradução nossa).

No contexto da explicação, observa Calsamiglia, está pressuposto que há um agente possuidor de um saber e um interlocutor ou público que está disposto a interpretar a informação e/ou determinado saber a partir de seu conhecimento prévio, mas que necessita de esclarecimentos. Nesse processo se estabelece uma relação assimétrica em que há uma defasagem entre o especialista (que tem acesso à informação através de diversas fontes) e o leigo que não tem acesso às fontes. Assim, no conjunto social, há pessoas que estão legitimadas a realizar a tarefa de facilitar a compreensão de determinados conhecimentos, oferecendo uma explicação credível e adequada. É o caso, por exemplo, de professores, de técnicos (em diferentes áreas) e de jornalistas.

Para cada nível de conhecimento – o científico, o técnico, o especializado, o comum e o da experiência – se propõem entre os interlocutores algumas condições distintas (um “contrato de explicação”), segundo o propósito da transmissão da informação e a identidade dos interlocutores. (CALSAMIGLIA, 2012, p. 298, tradução nossa).

O propósito primeiro de uma explicação é alterar o estado epistêmico do interlocutor, possibilitando que uma informação inicialmente incompreensível se torne acessível ao destinatário. Desse modo, torna-se necessário o uso de procedimentos e estratégias discursivas para a plena realização desse processo.

### **2.3.1 A explicação no processo de PC**

O texto em um gênero discursivo como a reportagem de PC, embora seja prototipicamente explicativo, é texturizado pela articulação e alternância de sequências descritivas, explicativas e argumentativas. A explicação parte de uma suposição prévia da existência de conhecimento (CALSAMIGLIA, 2012) ou um conjunto de dados e/ou informações sobre um tema, obtido por meio da experiência ou da reflexão, adquiridos de forma direta ou indireta, que está em processo de socialização por meio da linguagem. A explicação requer descrição. A explicação

---

<sup>37</sup> Para melhor contextualização, salientamos que a publicação original desta obra de Calsamiglia data de 1999. Utilizaremos a referência 2012 ao longo do texto, visto que indica a publicação utilizada para a consulta nesta tese.

pode apoiar a argumentação. O texto argumentativo, por exemplo, destinado a explicitar um juízo ou valoração de algo, necessita de sequências descritivas e explicativas usadas como apoio para a argumentação. O discurso explicativo presente no processo de PC, independentemente das possíveis combinações de sequências textuais que apresentar, em virtude da assimetria entre os interlocutores, outorga “prestígio, autoridade e poder a quem o emite, e, conseqüentemente, gera o poder de convencer e obter adesão” (CALSAMIGLIA, 2012, p. 297, tradução nossa).

O discurso explicativo, de modo geral, é construído a partir de um esquema prototípico, (ADAM, 1996 apud CALSAMIGLIA, 2012, p. 299-300) no qual estratégias discursivas ativam um processo explicativo a partir de determinados procedimentos, como: definição, classificação, reformulação, exemplificação, analogia e citação.

A definição, conforme Calsamiglia (2012, p. 299), delimita o conceito sobre a base do conhecimento existente, transferindo atributos ao tema/objeto em termos de propriedade de uma classe e da especificação de aspectos característicos, e constitui-se no primeiro passo para o esclarecimento de um problema de conhecimento. Esse procedimento discursivo, se considerarmos os pressupostos da GSF, dá-se por meio de processos relacionais identificativos e atributivos em que a representação de determinada entidade referida ocorre a partir daquilo que a identifica/diferencia das demais ou de acordo com seus atributos. No procedimento de definição, a entidade referida, além de ser identificada, pode ser qualificada. A qualificação implica num posicionamento de quem define a entidade referida; é uma espécie de definição refinada valorativamente.

O procedimento de classificação situa qualquer entidade referida em diferentes agrupamentos com base em sistemas de similaridades e diferenças. A classificação pode ser realizada a partir de distintos critérios e também dos mais específicos aos mais gerais e vice-versa. Esse procedimento retórico, na GFS, também é realizado em processos relacionais, mais especificamente nas orações relacionais classificatórias.

A reformulação é um procedimento que serve para expressar de maneira mais inteligível o que está formulado em termos mais abstratos ou formais e que ainda se apresenta obscuro para o interlocutor (CALSAMIGLIA, 2012, p. 300). Nesse procedimento, como também observam Bernstein (1996) e Hyland (2007), a metalinguagem está presente de forma predominante. São típicos reformuladores

expressões como “ou seja”, “isto é”, “quer dizer”, “em outras palavras”, “melhor dizendo”, além de signos gráficos, como parênteses ou travessão.

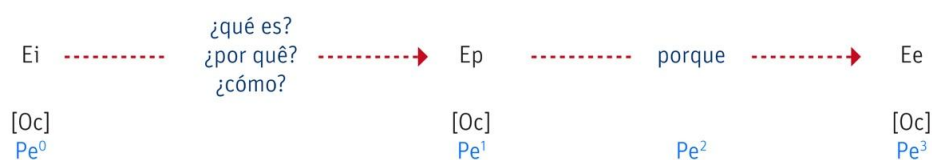
Outro procedimento discursivo presente no processo de explicação é a exemplificação. Ela possibilita que uma formulação geral e abstrata se torne mais concreta ao colocá-la no cenário de uma experiência mais próxima a do interlocutor.

Nessa mesma intenção de aproximar a informação nova a um conhecimento prévio do interlocutor, o enunciador pode ainda fazer uso de analogias que se manifestam linguisticamente por meio de metáforas (construídas linguisticamente por meio de substituição ou comparação). Trata-se de um procedimento de esclarecimento e ilustração que é construído por meio da relação de um conceito ou um conjunto de conceitos com outros de um campo semântico distinto.

Nos textos explicativos, o emissor pode ainda fazer uso da *citação* como recurso para construir a credibilidade e a autoridade por meio das vozes de especialistas.

De um modo geral, esse esquema prototípico (Figura 11) está presente em âmbitos em que ocorre a socialização de conhecimentos, como, por exemplo, a escola e a mídia.

Figura 11 – Esquema prototípico de explicação.



Fonte: Adam (1996 apud Calsamiglia, 2012, p. 299).

O esquema explicativo presente na organização textual de gêneros com um propósito didático (como é o caso da reportagem de PC) se dá em passos ou procedimentos. A explicação é dosificada.

Parte-se de um Esquema Inicial [Ei], referência a um objeto complexo [Oc] que se apresenta como algo desconhecido, difícil, obscuro. A partir dele, o primeiro movimento explicativo aparece como pergunta, o questionamento, que leva à construção de um esquema problemático [Ep] no qual o objeto apresenta-se como um problema cognoscitivo que se há de resolver. Em seguida, passa-se para a fase resolutiva, em que se dá a resposta ao problema e se desenvolve o esquema explicativo [Ee], cujo resultado é que o objeto torna-se claro e inteligível [Oe]. Cada um desses momentos da

sequência está representado por uma macroproposição explicativa [Pe], e a sequência avança por um mecanismo de operadores pergunta/resposta. O modelo pergunta/resposta é uma sequência modelo, mas que, nos textos, suas fases e momentos da sequência podem estar implícitos. (CALSAMIGLIA, 2012, p. 299, tradução nossa).

No gênero reportagem, o Esquema inicial (Ei) é normalmente a manchete, elaborada para suscitar curiosidade, desejo no leitor em ler o restante do texto e, assim, tornar-se sabedor daquilo que no Ei ainda se mostra obscuro, desconhecido. A manchete procura ativar no leitor possíveis perguntas, cujas respostas requerem a leitura do restante do texto. Na sequência inicial (Pe<sup>0</sup>), é apresentado ao leitor um enunciado ou um conjunto de enunciados que ainda podem ser considerados como algo complexo e passível de esclarecimentos. Tais enunciados evocam perguntas que podem estar relacionadas a totalidade de um conceito ou a um ou vários aspectos. Uma vez problematizada a questão (Pe<sup>1</sup>), ativa-se, então, o processo explicativo que se realiza concretamente na Pe<sup>2</sup> através de estratégias discursivas, as quais correspondem a determinados procedimentos retóricos explicativos também identificados por Hyland (2007) em procedimentos retóricos de reformulação. No esquema explicativo, esses procedimentos estarão mais ou menos presentes de acordo com o grau de assimetria entre os interlocutores em relação a determinado(s) conhecimento(s).

Em estudos anteriores, vinculados ao projeto guarda-chuva *Análise crítica de gêneros com foco em artigos de popularização da ciência* (MOTTA-ROTH, 2007), foram investigados procedimentos e estratégias discursivas presentes no processo de popularização do discurso científico, como: o emprego de metáforas e personificações (SANTOS, 2010), a inserção de aposto e glosa (GERHARDT, 2011) e a introdução de vozes (MOTTA-ROTH et al., 2008; MOTTA-ROTH, 2009; MOTTA-ROTH; LOVATO, 2009; MOTTA-ROTH, 2010; MOTTA-ROTH; MARCUZZO, 2010; MARCUZZO, 2011). Todos esses estudos nos apontam para a complexidade do processo de recontextualização do discurso científico, que articula procedimentos e estratégias para tornar acessível aos leigos um discurso que é específico de um determinado campo do conhecimento.

### 2.3.2 A introdução de vozes

A multiplicidade de vozes ou a polifonia no gênero notícia de PC é um fenômeno também presente nas reportagens de PC, quando o jornalista mobiliza fontes/vozes na construção do texto, o que pode ser identificado por meio de elementos léxico-gramaticais que sinalizam ou fazem menção a vozes de diferentes atores sociais (por exemplo, pesquisadores, representantes do governo, técnicos e especialistas) na forma de discurso direto (com processo verbal em parataxe) ou discurso indireto (com processo verbal ou mental em hipotaxe) (MOTTA-ROTH et al., 2008, p. 136). Usualmente, na atividade jornalística, “fonte(s)” refere(m)-se a pessoas, instituições, publicações ou documentos que fornecem informações ao jornalista para a produção da reportagem. Na perspectiva da linguagem, fontes são as vozes mobilizadas pelo jornalista para a construção do discurso.

Marcuzzo (2011), a partir de Mey (2001), Beacco et al (2002), Moirand (2003), Calsamiglia e Ferrero López (2003), Oliveira (2005<sup>38</sup>), Oliveira e Pagano (2006) e Motta-Roth et al. (2008), observa que o fenômeno da multiplicidade de vozes deve ser entendido a partir de dois conceitos-chave: voz e posições enunciativas.

A voz é “um personagem societal que representa alguma função e algum interesse dentro da comunidade” (MEY, 2001, p. 239) e “expressa o modo como está organizada a posição do personagem na sociedade” (Ibid., p. 80). “Uma voz pressupõe um papel [role] (cf. latim rotula), um personagem; portanto, uma atividade, uma ação” (Ibid., p. 19). As vozes são os “instrumentos constitutivos sobre os quais se funda, em última instância, a orquestração da sociedade” (Ibid., p. 27). Esse conceito é “dialético, a ser compreendido como algo que é dado pela produção individual e social e ao mesmo tempo dela emerge” (Ibid., p. 239). A posição enunciativa é o “lugar de dizer no discurso” (MUTTI; AXT, 2008, p. 353), ou seja, corresponde à posição que uma única voz ou um conjunto de vozes ocupa nos discursos correntes na sociedade. A relação entre esses dois conceitos é estreita, na medida em que uma voz ou então um conjunto de vozes pode ser associado a uma determinada posição enunciativa. (MARCUIZZO, 2011, p. 36).

Nesse sentido, uma fonte de informação entrevistada ou consultada pelo(s) jornalista(s) constitui-se em uma voz no texto, assumindo determinada posição enunciativa. Assim, um médico oncologista que, porventura tenha passado também por um tratamento contra o câncer, é uma voz no texto que, ora pode assumir a posição enunciativa de especialista (detentor de um conhecimento científico a respeito

---

<sup>38</sup> No Brasil, a primeira publicação desta obra de Oliveira data de 2002.

da doença), ora de paciente (se, no caso, estiver relatando a sua própria experiência na condição de doente em tratamento).

Em Marcuzzo (2011), foram consideradas cinco posições enunciativas no gênero notícia de PC, identificadas em pesquisas anteriores realizadas dentro do projeto guarda-chuva mencionado na introdução desta tese, como: (1) cientista/pesquisador (ou, metaforicamente, o estudo); (2) colega/técnico/instituição; (3) governo; (4) público; (5) jornalista. A organização dessas cinco posições enunciativas é assim descrita por Marcuzzo (2011, p. 38):

O cientista/pesquisador é o responsável pela realização do estudo reportado na notícia de PC. Geralmente, os estudos reportados foram realizados por uma equipe, então o cientista/pesquisador mencionado no texto é o coordenador ou então o autor principal ou coautor do artigo no qual o jornalista se baseou para escrever a notícia. Na posição enunciativa colega/técnico/instituição, o colega é aquele pesquisador que não tem relação direta com o estudo, pois não participou da sua realização, então sua função parece ser a de um “avaliador externo” do estudo reportado. Nessa mesma posição enunciativa, foi reunida a voz do técnico, profissional menos especializado, por exemplo, um nutricionista ou então o executivo-chefe de uma determinada instituição que também atua como um “avaliador externo” do estudo reportado. Nesse mesmo grupo, foi incluída também a instituição, que representa a voz institucional de hospitais, associações, sindicatos, instituições de caridade, etc. mencionados nos textos. A posição enunciativa do governo representa a administração central de um determinado país ou a administração local, dependendo do assunto reportado. O público representa a população em geral, que não atua como realizador do estudo nem é um especialista, tal como o colega/técnico/instituição, mas tem alguma relação com o assunto do estudo reportado na notícia de PC, sendo direta ou indiretamente afetado pelo estudo. O jornalista é aquele que escreve a notícia de PC, sendo o responsável por orquestrar os discursos das quatro posições enunciativas mencionadas anteriormente.

A descrição dessas posições enunciativas demonstra que texto o jornalístico, de um modo geral, e o texto jornalístico de PC, em especial, é característico por, em sua construção, mobilizar vozes como estratégia de legitimação. As vozes, em certa medida, conferem e constroem a credibilidade da informação.

Além da preocupação com a credibilidade da informação presente no texto, o jornalista, em seu propósito de informar, precisa fazer-se compreender. Como mencionamos anteriormente, segundo Fairclough (2008), um texto só fará sentido para alguém quando este puder ser interpretado através de leituras coerentes e em acordo com os propósitos de quem produziu o texto. Para alcançar a compreensão, o jornalista lança mão de estratégias discursivas, pois o sentido “nunca é dado antecipadamente”, mas, sim, “construído pela ação linguageira do homem em

situação de troca social” (CHARAUDEAU, 2010<sup>39</sup>, p. 41). É por meio da linguagem que se constrói o discurso (e, por consequência, as representações do mundo), e essa atividade constitutiva consiste em “tornar o mundo inteligível, categorizando-o segundo certo número de parâmetros e cuja combinação é bastante complexa” (CHARAUDEAU, 2010, p. 43). Com a intenção de ser compreensível e de construir sentido com seu interlocutor (leitor), o escritor (jornalista) aciona recursos retóricos em busca de compreensão.

Hyland (2007) observa que o aposto e a glosa são opções discursivas que permitem dirimir problemas de compreensão. Assim como a metáfora, que trataremos adiante, na seção 2.3.4, o aposto e a glosa, que abordaremos a seguir, podem ser usados com o objetivo de “moldar o significado de acordo com a intenção do escritor, relacionando o texto à experiência do leitor, ao seu conhecimento prévio” (HYLAND, 2007, p. 266). Isso ocorre quando o jornalista identifica possíveis pontos do texto que podem constituir problemas de compreensão e, a partir daí, reelabora partes do texto.

### **2.3.3 Aposto e glosa**

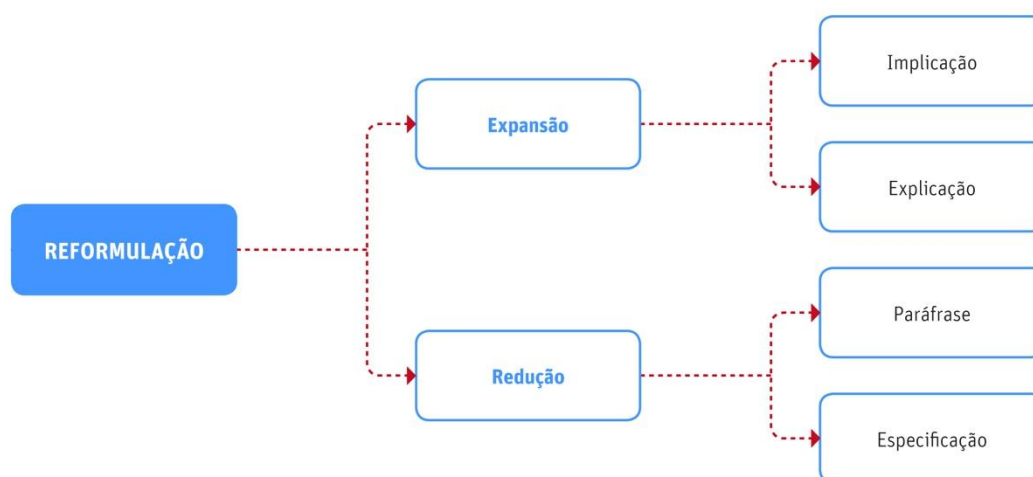
A presença de aposto no texto pode ser percebida por pausa, na oralidade, e assinalado por vírgulas, dois pontos, travessão ou parêntese, na escrita. A função do aposto pode ser especificativa ou explicativa. O aposto explicativo é usado para complementar a ideia fundamental da frase. Por exemplo, na oração “os tumores mais letais (pulmão, mama e próstata) respondem por 25% dos novos casos da doença”, “pulmão, mama e próstata” explica quais são os tumores mais letais. O aposto especificativo é aquele que, sem a utilização de vírgulas, estabelece uma ligação com o substantivo. Por exemplo, o “câncer de mama” em que “de mama” especifica o tipo de câncer que está sendo referenciado. A glosa, normalmente, é identificada pelas expressões “tal como”, “ou seja” e “isto é”. O aposto e a glosa podem ser situados como termos de “adição” que Fairclough (2003, p. 139) associa aos “princípios de recontextualização” de Bernstein (1996) e que, segundo ele, “afetam como os eventos sociais estão representados e como são avaliados, explicados, legitimados em diferentes campos, redes de práticas sociais e gêneros”. Hyland (2007, p. 268) salienta que a glosa “fornece informação adicional por meio dos recursos de

---

<sup>39</sup> No Brasil, a primeira publicação desta obra de Charaudeau data de 2006.

paráfrase, explicação ou elaboração do que foi dito para garantir que o leitor consiga recuperar o significado pretendido pelo escritor”. A negociação do significado entre o(s) escritor(es) e o(s) leitor(es), objetivo básico da glosa, ocorre por meio de duas subfunções: a reformulação (Figura 12) e a exemplificação.

Figura 12 – Possibilidades de reformulação.



Fonte: Adaptado de Hyland (2007, p. 274).

Na reformulação, a segunda unidade é uma reafirmação ou elaboração da primeira escrita em outras palavras para apresentar um ponto de vista diferente ou, simplesmente, para reforçar a mensagem (HYLAND, 2007, p. 269). São diversas as possibilidades de reformulação, conforme está sistematizado na Figura 12. Essas operações metalinguísticas, introduzidas ou sinalizadas nos textos por expressões – “isso é chamado de”, “conhecido como”, “em outras palavras” – auxiliam os leitores no entendimento do tópico desenvolvido no texto.

Para Hyland (2007, p. 274-276), a reformulação pode ser feita de diferentes formas: expansão do original por meio de explicações ou implicações; redução do original pelo uso de paráfrase com especificação ou exemplificação. A reformulação por expansão-explicação possibilita esclarecimentos pontuais que elaboram o significado de uma unidade precedente de modo a tornar um conceito mais acessível ao leitor. No excerto<sup>40</sup> “Os pesquisadores observaram que a superinfecção bacteriana

<sup>40</sup> Os quatro excertos que usamos como exemplos nesta seção foram analisados na pesquisa “Análise de gênero: investigação da organização retórica de notícias de popularização da ciência na revista *Ciência Hoje On-line*” (LOVATO, 2010a). Os grifos são da autora e foram ressaltados em itálico na presente pesquisa.



estava relacionada com a morte de granulócitos (*células do sistema imunológico que combatem bactérias*), há uma reformulação na qual “células do sistema imunológico que combatem bactérias” explica o que são “granulócitos”. A expansão também pode ocorrer por implicação e, nesse caso, tem como função concluir ou resumir a parte mais importante do segmento anterior. Nesse processo, o escritor busca guiar a compreensão do leitor por meio de um resumo ou retomada do que ele gostaria que o leitor guardasse do enunciado anterior. No excerto “Dos 292 cariótipos analisados com sucesso, 149 apresentavam alterações cromossômicas. Os cientistas encontraram apenas dois casos de anomalias estruturais, *ou seja*, a frequência das falhas numéricas foi significativamente maior”, a partir da expressão “ou seja”, o autor do texto retoma de forma resumida a informação expressa no segmento anterior, enfatizando a informação.

Na redução, a reformulação serve para restringir o significado do que foi dito, restringindo o escopo de interpretação. A redução pode ser feita por paráfrase (reafirmar em outras palavras o que foi dito anteriormente) ou especificação. Na especificação, a reformulação não tem como objetivo reafirmar uma ideia, mas detalhar características que foram salientadas no segmento anterior “a fim de limitar a forma como o leitor vai interpretá-las” (HYLAND, 2007, p. 275). Um exemplo de reformulação por especificação pode ser observado no seguinte excerto: “Após três dias, eles apresentaram aumento de 1.000 vezes na contagem de bactérias, quando comparados aos de controle (*sem o vírus*)” em que “sem o vírus” especifica qual segmento do *corpus* do estudo relatado está sendo referenciado.

Na reformulação por redução-exemplificação, ocorre “um processo comunicativo onde o significado é esclarecido ou apoiado por uma segunda unidade que vai ilustrar a primeira” (HYLAND, 2007, p. 270). A exemplificação indica as previsões do escritor em relação à familiaridade ou não do leitor com o conteúdo temático do discurso. É empregada no texto com o intuito de tornar o argumento mais real e preciso para a audiência. No excerto “Além da costumeira abordagem no sentido de alertar para as doenças relacionadas ao fumo, o profissional poderia, *por exemplo*, trabalhar questões relacionadas à autoestima e à importância do cuidado consigo mesmo”, o fragmento do texto “trabalhar questões relacionadas à autoestima e à importância do cuidado consigo mesmo” exemplifica a forma alternativa de abordagem.

Colussi (2002), Santos (2010), Gerhardt (2011) e Lovato (2010a; 2010b), ao examinarem as práticas discursivas envolvidas na mídiatização do conhecimento científico, especialmente o modo como um artigo científico é ressignificado numa notícia de PC, constataram o emprego da reformulação como aspecto essencial à recontextualização do conhecimento científico. Tais estratégias permitem que o escritor oriente o leitor no processo de leitura da notícia de PC, caracterizando-a como uma atividade de colaboração mútua.

Fairclough (2008, p. 158) salienta que os recursos metadiscursivos (uma forma peculiar de intertextualidade manifesta), como a reformulação e a metáfora, podem aparecer no texto como uma “inocente clarificação do significado”, quando, na verdade, constituem-se numa definição política e ideologicamente motivada. Em resumo, o(s) discurso(s) são construções complexas das quais emergem representações materializadas na organização textual e resultantes de práticas sociais e discursivas não menos complexas, onde relações de poder se manifestam e se mantêm, podendo ser modificadas pela linguagem. Tais representações podem ser congruentes e não congruentes/metaforizadas, conforme abordaremos a seguir.

### **2.3.4 As metáforas como representações não congruentes**

Halliday (1994) distingue duas formas de representações: congruentes ou não congruentes (metaforizadas). Representações congruentes, de modo geral, podem ser definidas como aquelas em que entidades, coisas e pessoas são congruentemente representadas linguisticamente por substantivos, enquanto os processos são representados por verbos. Já nas representações não congruentes (metafóricas), ocorrem conversões, como, por exemplo, de um verbo para um substantivo, e, assim, semanticamente, um processo torna-se uma entidade. Essa conversão, denominada nominalização (um processo transformado em entidade), é considerada por Halliday e Matthiessen (2004) como representação não congruente, isto é, uma metáfora gramatical (que é distinta da metáfora conceptual<sup>41</sup>), a qual abordaremos na subseção 2.3.4.2

---

<sup>41</sup> A metáfora conceptual postulada por Lakoff e Johnson (1995) visa compreender e experienciar uma coisa em termos de outra, envolvendo diferentes campos semânticos. A metáfora conceptual utiliza uma ideia e a conecta com uma segunda ideia, visando facilitar a compreensão de algo.

O modo congruente da gramática, como observa Halliday (1994), está ligado à linguagem de senso comum, semelhante ao conhecimento que as crianças estabelecem nos primeiros anos de vida. O modo não congruente quase sempre é verificado em contextos mais específicos, como, por exemplo, nos textos científicos ou da mídia. O linguista observa que, se a gramática pode interpretar a experiência de forma congruente, também pode reconstruí-la em outros termos. “Ao reconstruí-la de forma incongruente, amplia o potencial total de significado: enriquece o modelo de experiência, criando uma nova categoria semiótica; categoria que pode ser tanto acontecimento e entidade, ao mesmo tempo” (HALLIDAY, 2004, p. 14-15, tradução nossa). O autor salienta que a realização congruente não é melhor ou mais frequente que a incongruente e que tampouco funciona como norma padrão. Tanto assim, salienta Halliday (1994, p. 342, tradução nossa), que existem inúmeros casos em que a “representação metafórica pode tornar-se norma”, o que é considerado pelo autor como “um processo natural de mudança linguística”.

As representações não congruentes/metaforizadas podem ocorrer no âmbito gramatical e lexical/conceptual. A seguir, explicitaremos a distinção entre esses fenômenos linguísticos.

#### 2.3.4.1 Metáforas gramaticais

Fairclough (2003) chama a atenção para o fato de que Halliday (1994) alargou o conceito de metáfora da sua aplicação convencional, ou seja, dos significados de palavras à gramática. Assim, seria mais adequado distinguir, no caso da representação, entre congruente (ou não metafórica) e representações metafóricas. Embora o linguista ressalte que essa distinção possa ser, em algumas situações, um tanto problemática, ela revela distinções: por exemplo, a representação de processos como processos em oposição à representação de processos como entidades.

Fairclough (2003) salienta que o tipo mais recorrente de metáfora gramatical é a nominalização, na qual os processos são representados como entidades. A nominalização permite a ocorrência de outro fenômeno linguístico: a alta densidade lexical numa oração, isto é, a organização de um grande número de itens lexicais dentro da oração que estão incorporados ao grupo nominal no qual se encontram “empacotados”. Dessa forma,

a densidade lexical aumenta não porque o número de itens lexicais cresce, mas porque o número de itens não lexicais – palavras gramaticais [cujo significado é entendido no contexto] – diminui; e conseqüentemente, o número de orações diminui ainda mais” (HALLIDAY, 1994, p. 57, tradução nossa).

A densidade lexical é – para o teórico – uma forma de complexidade, assim como a complexidade gramatical, que constrói complexos oracionais sem o uso explícito de conjunções de relação de interdependência (parataxe ou hipotaxe).

Trask (2004, p. 207) salienta que “as nominalizações se prestam para vários propósitos comunicativos” e que podem ocorrer de quatro maneiras: (1) de uma classe gramatical qualquer para um substantivo; (2) de um adjetivo para um substantivo; (3) de um sintagma verbal para um sintagma nominal; (4) pela nominalização em bloco. Assim, o verbo poderá estar presente, mas não desempenhará a função de núcleo da oração. A carga semântica recairá sobre o fato que foi nominalizado. Desse modo, a nominalização frequentemente é usada como um recurso coesivo em estratégias de remissão e progressão textual, ancorada “na memória discursiva, que está pressupostamente partilhada pelos interlocutores” (OLÍMPIO, 2006, p. 79).

As nominalizações são encontradas com frequência em textos jornalísticos, especialmente em títulos e manchetes. Pereira Junior (2006, p. 149) observa que um título sem verbo – anafórico<sup>42</sup> – é um modelo muito comum em revistas e jornais, pois constitui-se numa “tentativa de, em poucas palavras, emitir um parecer sobre o mundo, um convite à editorialização jornalística”. Para Mouillaud e Porto (2002), esse tipo de ocorrência, mesmo quando não configura uma orientação sobre um acontecimento, carrega um status de referência, sinalizando que o assunto não se esgota na edição, remetendo a um processo em andamento, que continua a ter validade.

Além das representações não congruentes ou metaforizadas que ocorrem no âmbito da gramática, esse fenômeno linguístico se dá também no âmbito lexical e conceptual e, segundo Fairclough, é um aspecto importante a ser observado ao analisarmos discursos.

---

<sup>42</sup> O título anafórico é uma anúnciação prévia sobre um assunto que está sendo abordado, em mais de uma edição, por um jornal ou revista. Pode vir acompanhado de um artigo definido. Exemplos de títulos anafóricos: “O escândalo do mensalão”, “A tragédia brasileira”, “O dilema de Lula”.

### 2.3.4.2 Metáforas lexicais e conceptuais

A concepção mais tradicional ou clássica de metáfora, entendida como recurso linguístico que supõe uma analogia implícita (CIAPUSCIO, 2003), é atribuída a Aristóteles. Estudos realizados ao longo do tempo ampliaram o conceito, as funcionalidades e as características dessa figura de linguagem. Cherubine (1989, p. 44) conceitua a metáfora como uma “figura de linguagem em que se dá a substituição da significação natural de uma palavra por outra em virtude de uma relação de semelhança subentendida”. Assim, a metáfora lexical consiste num processo de retirada de uma palavra de seu contexto convencional (denotativo), transportando-a para um novo campo de significação (conotativa) através de uma comparação implícita, de uma similaridade existente.

A metáfora possui algumas variações. Com base em estudos dessa temática (CHERUBINE, 1989; CIAPUSCIO, 2003; SARDINHA, 2007), é possível sistematizar algumas categorias: prosopopeia ou personificação (atribuir a objetos ou coisas determinadas ações, qualidades ou sentimentos próprios do ser humano = “o mar beijava a praia”); a hipérbole (é o exagero puro e simples = “escreveu a tese num piscar de olhos”); o símbolo (quando o nome de um ser ou coisa concreta assume um valor convencional e abstrato = “a cruz pode vencer a espada”); a sinestesia (é a figura em que se fundam as sensações visuais, auditivas, gustativas, olfativas, táteis = “ouviu palavras amargas”) e a catacrese (é uma variedade de metáfora natural da língua que serve para suprir a inexistência de um nome específico para determinada coisa = “a orelha do livro”, “o pé da mesa”). Reisswitz (2008) observa que, para alguns estudiosos, a personificação, a hipérbole, o símbolo, a sinestesia e a catacrese são “metáforas especiais”, pois tais figuras de linguagem mantêm com a metáfora uma relação de união semântica, não podendo, assim, dissociarem-se totalmente uma da outra.

Assim como ocorre com a metonímia<sup>43</sup>, a metáfora lexical, no sentido geral, pode ser definida como “uma construção não literal em que há transferências verbais

---

<sup>43</sup> Metonímia é uma figura de retórica que consiste no emprego de uma palavra fora do seu sentido básico (do seu contexto semântico normal) por efeito de contiguidade, de associação de ideia. Na metonímia, as duas ideias não se superpõem como na metáfora, mas estão relacionadas por proximidade, como, por exemplo: “O *ouro* (=dinheiro) só lhe trouxe infelicidade”; “Seu maior sonho era comprar um *Picasso*” (=quadro de Picasso); “Ele não respeitou seus *cabelos brancos*” (=velhice). (REISSWITZ, 2008, p. 38-39).

de vários tipos” (HALLIDAY, 1994, p. 319, tradução nossa) ou, ainda, pode ser usada no sentido específico, quando há o uso alternativo de um lexema que varia em relação à sua forma congruente por uma relação de semelhança. Como observa Santos (2010) – a partir de Contenças (1999), Gomes (2000), Leibrunder (2000) e Colussi (2002) –, tal recurso é bastante utilizado na popularização científica, didatizando a linguagem da ciência.

Para Fairclough (2003, 2008), a metáfora, tradicionalmente estudada no campo literário como uma figura de linguagem, é um recurso de grande relevância não só na arte literária, pois está presente em praticamente todos os gêneros discursivos.

As metáforas não são apenas adornos estilísticos superficiais do discurso. Quando nós significamos coisas por meio de uma metáfora e não de outra, estamos construindo nossa realidade de uma maneira e não de outra. As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de um modo penetrante e fundamental. [...] Algumas metáforas são tão profundamente naturalizadas no interior de uma cultura particular que as pessoas não apenas deixam de percebê-las na maior parte do tempo, como consideram extremamente difícil de escapar delas no seu discurso, pensamento ou ação [...]. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 41).

Esse entendimento – enfatizado por Fairclough (2008) –, em contraposição à visão tradicional da metáfora, começou a receber mais atenção por parte dos estudiosos ainda no final da década de 1970, quando o linguista George Lakoff e o filósofo Mark L. Johnson, no livro *Metaphors we live by* (1980)<sup>44</sup>, apresentaram a tese de que a metáfora é tão importante como se fosse um dos cinco sentidos. Para eles, nós só percebemos e experienciamos uma boa parte do mundo por meio de metáforas. “A metáfora é parte tão importante na nossa vida como o toque, e tão preciosa quanto” (LAKOFF; JOHNSON, 1995, p. 283). Os autores defendem que a linguagem cotidiana é fundamentalmente metafórica e que a essência da metáfora é “compreender uma coisa em termos de outra” (LAKOFF; JOHNSON, 1995, p. 49), o que não iguala os conceitos, pois se trata de uma estruturação parcial baseada na linguagem. Assim, a metáfora não nasce na linguagem, mas, sim, manifesta-se na linguagem, uma vez existente em nosso sistema conceitual.

De forma nada surpreendente, a realidade social definida por uma cultura afeta a concepção da realidade física. O que é real para um indivíduo como membro de uma cultura é o produto de sua realidade social e a maneira que isto dá forma ao seu mundo físico. [...] Grande parte de nossas realidades

---

<sup>44</sup> A obra foi publicada no Brasil em 2002 sob o título “Metáforas da vida cotidiana”.

sociais são entendidas em termos metafóricos e, uma vez que nossa concepção de mundo físico é essencialmente metafórica, a metáfora desempenha um papel muito significativo na determinação do que é real para nós. (LAKOFF; JOHSON, 1995, p. 188, tradução nossa).

Para Fairclough (2008), o uso de metáforas realça ou encobre certos aspectos do que representam. Ou seja, quando significamos algo por meio de uma metáfora e não de outra, estamos construindo nossa realidade de uma maneira específica, o que sugere filiação a uma maneira particular de representar aspectos do mundo. As representações metafóricas e as comparações são recursos que nos permitem explicar ou compreender conceitos complexos e abstratos, inicialmente inacessíveis à nossa compreensão.

A nossa intenção, neste segundo capítulo, foi sistematizar conhecimentos a respeito do gênero discursivo reportagem de PC. O objetivo foi a busca por melhor compreender como a linguagem instanciada realiza as interações estabelecidas entre membros de uma comunidade discursiva (neste caso, jornalistas, fontes e leitores) em uma determinada prática discursiva e social com especificidades retóricas (reportagem de PC) na qual e pela qual emergem modos de representação (discursos) de aspectos do mundo (neste estudo, o câncer).

No Capítulo 3, intitulado Metodologia, apresentamos os procedimentos metodológicos adotados neste estudo para analisar a representação do câncer no gênero reportagem de PC a partir de 25 exemplares publicados pela revista *VEJA*.





### 3 METODOLOGIA

Neste capítulo, apresentaremos a abordagem teórico-metodológica adotada para o nosso estudo, elaborado com o objetivo de analisar diacronicamente a representação do câncer no gênero reportagem de PC na revista *VEJA* entre 1973 e 2013. Essa investigação segue a abordagem qualitativa (CRESWELL, 2010<sup>45</sup>) e, na sua realização, foram combinados procedimentos quali-quantitativos. A pesquisa qualitativa é adequada para “explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano” (CRESWELL, 2010, p. 26) e pode reunir métodos emergentes – (1) perguntas abertas; (2) dados de entrevistas, de observação, de documentos; (3) análise de texto e imagem e (4) interpretação de temas e padrões (CRESWELL, 2010, p. 40). Para Silverman (2001), Barton (2002) e Walsh (2012), a combinação de procedimentos qualitativos e quantitativos é considerada adequada em pesquisas que, assim como esta, envolvem aspectos humanos e sociais, como, por exemplo, a linguagem.

Os detalhes do percurso metodológico apresentado no presente capítulo estão organizados em quatro partes. Na seção 3.1, apresentamos o universo de análise; na 3.2, a delimitação do corpus analítico e os critérios de seleção adotados; na 3.3, os procedimentos de coleta e a identificação do corpus; por fim, na seção 3.4, os procedimentos de análise textual e as categorias de análise.

#### 3.1 UNIVERSO DA PESQUISA

Nosso universo de trabalho é a revista *VEJA*, uma publicação não especializada, não segmentada, de circulação nacional e que se autoapresenta como a maior revista semanal de informação no Brasil. Por revista não especializada, entende-se a publicação que aborda assuntos diversos (política, economia, comportamento, lazer, etc.), voltada para um conjunto heterogêneo de leitores. As publicações especializadas estão relacionadas à cobertura jornalística de assuntos/temas específicos (moda, economia, arquitetura, esportes, etc.) e,

---

<sup>45</sup> A obra de Creswell foi publicada originalmente em 1994 e abordava apenas os métodos de pesquisa qualitativo e quantitativo. A obra utilizada nesta pesquisa, “Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto”, foi traduzida a partir da segunda edição inglesa, publicada em 2003, a qual incluiu o método misto.

normalmente, são destinadas a atender determinados segmentos de leitores ligados a setores produtivos (construção civil, agronegócios, sistema educacional, etc.) ou, ainda, a públicos específicos distintos por idade ou gênero (crianças, adolescentes, homens, mulheres). A revista *VEJA*, portanto, situa-se como uma publicação voltada a atender expectativas informacionais de leitores com diferentes interesses (conforme descreveremos neste capítulo) ligados a diversos segmentos sociais e de diferentes idades ou gêneros.

Na escolha dessa publicação como universo de análise, foram consideradas, principalmente, duas razões: (1) atualmente é a revista de maior tiragem no Brasil (informação apresentada na introdução desta tese) e (2) dispõe de um acervo digital com todas as edições publicadas na forma impressa, o que facilitou o acesso à consulta do material a ser estudado.

A revista *VEJA*, que começou a ser publicada em 1968, aborda assuntos considerados de interesse geral – política, economia, comportamento, saúde, cultura, lazer, etc. A condição de revista de “assuntos gerais” foi considerada adequada aos propósitos desse estudo e aos do projeto guarda-chuva que o acolhe, uma vez que objetivo de nossa pesquisa centra-se na análise da representação do câncer construída a partir de um discurso resultante de um processo de recontextualização do discurso científico destinado a leitores não especialistas em assuntos da esfera da ciência.

A consulta ao acervo onde estão digitalizadas todas as edições publicadas na versão impressa foi realizada entre maio de 2012 e maio de 2013, obedecendo aos critérios que apresentamos a seguir.

### 3.2 CRITÉRIOS DE COLETA DO *CORPUS*

Para a seleção das reportagens que constituem o corpus de análise, adotamos os seguintes critérios: (1) reportagem “com chamada na capa”, seja por meio da manchete ou de chamada secundária, e (2) a presença da palavra/item lexical câncer na capa. Nosso critério baseia-se no fato de que a manchete de capa (título principal da edição) e as chamadas secundárias (em forma de pequenos títulos ou resumos de uma reportagem) indicam o(s) fato(s) jornalístico(s) de “maior importância entre as notícias contidas na edição” (RABAÇA; BARBOSA, 1998, p. 379). A adoção desses critérios parte do pressuposto de que as reportagens destacadas na capa são

consideradas, pelos editores, as mais importantes da edição. Usualmente, os eventos sociais abordados e veiculados em uma publicação jornalística de circulação nacional já passam por uma seleção a partir de determinados critérios de noticiabilidade e de acordo com os valores-notícia. Portanto, podemos atribuir ainda maior relevância àqueles acontecimentos/temas que ganham destaque na capa e que adquirem um *status* de “o mais importante do importante”. Assim, a partir desses critérios, realizamos os procedimentos de coleta e reunimos o *corpus* de análise, ambos descritos na seção 3.3.

### 3.3 PROCEDIMENTOS DE COLETA E IDENTIFICAÇÃO DO *CORPUS*

Com base nos critérios estabelecidos, num universo de 2322 edições da revista, foram selecionadas 27 reportagens. Desse total, 19 foram destacadas por manchete e oito por chamada secundária. A primeira reportagem de PC a respeito do câncer “com chamada na capa” foi publicada em abril de 1973 e a última (até o momento da definição do *corpus*), em maio de 2013. Após a análise dos 27 textos selecionados, verificamos que dois deles, embora contemplassem o critério de seleção, não se constituíam em textos de reportagens de PC: um tratava-se de uma entrevista com uma pessoa pública que estava em tratamento oncológico e o outro era uma reportagem de cunho político, que fazia uso de conhecimentos científicos para fundamentar a interpretação de determinados acontecimentos. Optamos, então, por excluí-los e, assim, o *corpus* de análise passou a ser constituído de 25 textos.

Apesar de termos adotado o critério de “reportagem com chamada na capa” para a seleção, optamos por definir como nosso *corpus* de análise somente os textos das reportagens, pois capa de revista e reportagem são gêneros discursivos distintos, embora estejam inter-relacionados e constituam uma mesma rede de prática social comunicativa específica numa interação social e culturalmente situada (FAIRCLOUGH, 2003, p. 69). Os gêneros capa de revista e reportagem estão inseridos num “sistema de gêneros” (BAZERMAN, 2011, p. 33) e são “elos na cadeia da comunicação discursiva de um determinado campo” (BAKHTIN, 2011, p. 296).

O Quadro 3 apresenta a identificação do *corpus*. As reportagens<sup>46</sup> estão codificadas por números, em ordem cronológica de publicação: (1) número (#1); (2) título da reportagem; (3) título da publicação; (4) edição; (5) data de publicação. Por exemplo: a reportagem “Uma tragédia brasileira”, publicada pela revista *VEJA* na edição nº 239, que circulou no dia 4 de abril de 1973, está codificada como #1.

Quadro 3 – Reportagens que constituem o *corpus* de análise.

(continua)

<b>Código</b>	<b>Referências do <i>corpus</i></b>
#1	Uma tragédia brasileira. <i>VEJA</i> . Ed. 239. 4 de abr. 1973. Acesso: 30 out. 2012.
#2	De onde vem o câncer. <i>VEJA</i> . Ed. 388. 11 fev. 1976. Acesso: 30 out. 2012.
#3	A esperança química. <i>VEJA</i> . Ed.689. 11 nov. 1981. Acesso em: 30 out. 2012.
#4	Um fio de esperança. <i>VEJA</i> . Ed. 901. 11 dez. 1985. Acesso em: 30 out. 2012.
#5	Um drama em dois atos. <i>VEJA</i> . Ed. 906. 15 jan. 1986. Acesso em: 30 out. 2012.
#6	A guerra ao câncer. <i>VEJA</i> . Ed. 1440. 17 abr. 1996. Acesso em 30 out 2012.
#7	Na rota da cura. <i>VEJA</i> . Ed. 1546. 13 mai. 1998. Acesso em: 30 out. 2012.
#8	Cardápio da vida. <i>VEJA</i> . Ed. 1562. 2 set. 1998. Acesso em: 30 out. 2012.
#9	O efeito da fama. <i>VEJA</i> . Ed. 1684. 24 jan. 2001. Acesso em: 30 out. 2012.
#10	O que funciona contra o câncer. <i>VEJA</i> . Ed. 1685. 31 jan. 2001. Acesso em: 30 out. 2012.
#11	Malignos, comuns e traiçoeiros. <i>VEJA</i> . Ed. 1830. 26 nov. 2003. Acesso em: 30 out. 2012.
#12	Os triunfos sobre o câncer de mama. <i>VEJA</i> . Ed. 1880. 17 nov. 2004. Acesso em: 30 out. 2012.
#13	A nova química do sangue. <i>VEJA</i> . Ed. 1895. 9 mar. 2005. Acesso em: 30 out. 2012.
#14	O fim dos mitos sobre o câncer. <i>VEJA</i> . Ed. 1905. 18 mai. 2005. Acesso em: 30 out. 2012.
#15	A saúde está na mesa. <i>VEJA</i> . Ed. 1943. 15 fev. 2006. Acesso em: 30 out. 2012.
#16	A esperança das terapias alvo. <i>VEJA</i> . Ed. 2013. 20 jun. 2007. Acesso em: 30 out. 2012.

<sup>46</sup> Todas as reportagens citadas podem ser acessadas através do sistema de busca do Acervo Digital Veja (no Quadro 3, cada reportagem foi identificada pela sua data de acesso). Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 30 out. 2012.

(conclusão)

<b>Código</b>	<b>Referências do <i>corpus</i></b>
#17	Sol – modo de usar. VEJA. Ed. 2043. 16 jan. 2008. Acesso em: 30 out. 2012.
#18	O início de uma nova era. VEJA. Ed. 2083. 22 out. 2008. Acesso em: 30 out. 2012.
#19	O câncer no palanque. VEJA. Ed. 2111. 6 mai. 2009. Acesso em: 30 out. 2012.
#20	Médicos ou economistas? VEJA. Ed. 2140. 25 nov. 2009. Acesso em: 30 out. 2012.
#21	Uma vitória da vida. VEJA. Ed. 2170. 23 jun. 2010. Acesso em: 30 out. 2012.
#22	O labirinto é a saída. VEJA. Ed. 2174. 21 jul. 2010. Acesso em: 30 out. 2012.
#23	No espírito da cura. VEJA. Ed. 2235. 21 set. 2011. Acesso em: 30 out. 2012.
#24	O grande adversário de Lula: o câncer. VEJA. Ed. 2242. 9 nov. 2011. Acesso em: 30 out. 2012.
#25	O valor maior de Angelina. VEJA. Ed. 2322. 22 mai. 2013. Acesso em: 30 mai. 2013.

### 3.4 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE CONTEXTUAL E TEXTUAL

Após a delimitação das questões de pesquisa (apresentadas na Introdução), a sistematização do enquadre teórico (descrita nos Capítulos 1 e 2) e a definição do *corpus* de análise (descrita nas primeiras seções deste capítulo), realizamos escolhas metodológicas para a análise contextual e textual, as quais estão descritas a seguir.

Os procedimentos de análise deste estudo sustentam-se no enquadre teórico já explicitado no Capítulo 1: a ACG proposta por Meurer (2002), Bhatia (2004) e Motta-Roth (2006, 2008) com base em pressupostos como o dialogismo e a polifonia de Bakhtin (2011). Os estudos na concepção da ACG permitem “compreender com mais clareza o que acontece quando usamos linguagem para interagir em grupos sociais” (MOTTA-ROTH, 2002, p. 12). Nessa perspectiva de análise, é impossível estudar texto sem considerar o contexto, pois “uma situação discursiva não pode ser livre ou acontecer em um vácuo, desconectada do tempo e do espaço” (MOTTA-ROTH, 2006, p. 155). Portanto, para interpretar a(s) representação(ões) construída(s), é imprescindível buscar as conexões entre texto e contexto, ou seja, entre o produto e o entorno que envolve o processo social em que foi produzido.

Assim, para analisarmos o(s) discurso(s) que constroem a representação do câncer no processo de recontextualização do discurso científico no gênero

reportagem de PC na revista *VEJA*, orientamo-nos pelos pressupostos da ACD, utilizando o modelo tridimensional proposto por Fairclough (2008), no qual categorias analíticas são agrupadas em três dimensões: texto, prática discursiva e prática social. Para dar conta dos propósitos deste estudo, norteamos a organização das etapas de pesquisa, os procedimentos de análise e as categorias analíticas a partir do que é proposto por Motta-Roth (2006). Tais procedimentos metodológicos propiciam que a análise de gênero seja realizada em ambas as perspectivas, do texto e do contexto.

Na subseção 3.4.1, explicaremos os procedimentos adotados para a análise contextual de inspiração etnográfica e, na subseção 3.4.2, a sistematização para a análise textual que nos forneceu elementos para delinear o contexto de construção da representação do câncer e a representação do câncer.

### **3.4.1 Procedimentos de análise contextual de inspiração etnográfica**

Para analisar o “papel do gênero” nas práticas sociais (contexto), orientamo-nos por algumas perguntas sugeridas por Motta-Roth (2006, p. 158): (1) Qual a relevância do gênero para o contexto?; (2) Com que frequência as pessoas se engajam nesse gênero para interagir socialmente?; (3) O que se realiza por meio do texto?; (4) Que valores/ideias são propostos?; (5) Quem escreve/fala para quem?; (6) Que papéis são desempenhados pelos participantes dessa interação?; (7) Qual(is) o(s) objetivo(s) dos participantes dessa interação, isto é, por que leem ou escrevem?; (8) Que resultados ou efeitos são pretendidos/causados?; (9) Como é distribuído o acesso ao gênero e os papéis dos participantes?; (10) Quem decide? e (11) Por quê? Como forma de responder a esses questionamentos, optamos por um estudo com inspiração etnográfica. Um estudo etnográfico, na perspectiva de Watson-Gegeo (2001, tradução de MELLO; REES, 2010, p. 519), ajuda-nos a compreender “o que as pessoas fazem em um determinado ambiente (por exemplo, uma sala de aula, a vizinhança, ou uma comunidade [jornalística]), do efeito de suas interações e da maneira que eles entendem o que estão fazendo (o significado que as interações têm para eles)”. Assim, por meio de análise documental, dedicamo-nos a identificar quais expectativas interacionais e valores culturais subjacentes são manifestados pelos editores da revista.

Nessa etapa, recorreremos à leitura de publicações (impressas, eletrônicas) a respeito da instituição *VEJA*, especialmente em anúncios institucionais, nas

mensagens publicitárias, nas cartas ao leitor/carta do editor e nos editoriais. A carta ao leitor/carta do editor é um gênero pelo qual os editores de uma publicação manifestam opiniões, explicitam valores por meio de uma relação de proximidade com o leitor, sendo que, em algumas publicações, tem a força e a funcionalidade de um editorial. Em gêneros como editorial, carta ao leitor e anúncios institucionais e até mesmo nas mensagens publicitárias, é possível identificarmos “a voz” do veículo/publicação. Nosso objetivo foi identificar elementos, como a linha editorial da revista, a autoimagem institucional construída/apresentada aos seus leitores, seus propósitos sociais, valores defendidos e/ou ações preconizadas, ou seja, diferentes aspectos que nos permitissem compreender o perfil da instituição jornalística que, ao mobilizar outras vozes, construiu a representação do câncer nos últimos 40 anos. Os resultados dessa etapa da investigação estão apresentados no Capítulo 4, subseções 4.1.1 e 4.1.2.

### 3.4.2 Procedimentos de análise textual

A análise textual está organizada em três etapas. A primeira etapa foi realizada com o propósito de melhor compreender o contexto de representação do câncer a partir de elementos presentes no texto. A segunda e a terceira etapas tiveram o intuito de analisar as vozes que constroem a representação do câncer e a representação do câncer propriamente dita.

Na primeira etapa, buscamos identificar a angulação temática das reportagens, isto é, o que está evidenciado na abordagem (a doença, os avanços científicos ou o(s) paciente(s)). Nessa fase, procuramos identificar quais itens lexicais estão destacados nos textos, no título principal/manchete, no *lead*<sup>47</sup> (lide), na linha de apoio<sup>48</sup> e no olho<sup>49</sup> e o que eles referenciam: a doença, os avanços científicos ou os pacientes (os três eixos de angulação delimitados na elaboração da proposta de pesquisa). Além de nos oferecerem dados para identificar a angulação de cada

---

<sup>47</sup> Na teoria do jornalismo, o *lead* deve responder a seis perguntas básicas: "O quê?", "Quem?", "Quando?", "Onde?", "Como?", e "Por quê?". Situado no início do texto, deve informar qual é o fato jornalístico noticiado e as principais circunstâncias em que ele ocorre. Sua principal função é oferecer uma prévia do assunto a ser abordado e evidenciar a singularidade da notícia. (GENRO FILHO, 1987).

<sup>48</sup> Em algumas redações do Brasil, designa-se linha de apoio, ou linha fina, o subtítulo que complementa a informação do título e instiga à leitura do texto.

<sup>49</sup> Fragmentos textuais colocados em destaque no meio da massa de texto com o objetivo de ressaltar determinadas informações.

reportagem, forneceram pistas para inferir a respeito de quais fatos ou acontecimentos relacionados ao câncer e considerados de interesse jornalístico deflagraram o processo de popularização do discurso da ciência. Os resultados dessa etapa da análise contextual a partir de elementos presentes no texto estão descritos no Capítulo 4.

Na segunda etapa desta pesquisa, dedicamo-nos a identificar as fontes/vozes mobilizadas pelo(s) jornalista(s) no processo de recontextualização do discurso científico e que contribuíram para a construção de representações do câncer no processo de popularização (recontextualização) do discurso da ciência.

A terceira etapa foi destinada, finalmente, a analisar a representação da doença (e, por consequência, a representação dos pacientes e das ações para o tratamento da doença) a partir de estratégias e/ou recursos retóricos mobilizados no processo de recontextualização do discurso científico. Os resultados das duas últimas etapas de análise estão descritos e discutidos no Capítulo 5.

#### 3.4.2.1 Procedimentos para identificação da angulação temática

A etapa foi iniciada por meio de um mapeamento nas reportagens que constituem o *corpus* a fim de identificar, no texto, alusões a eventos sociais, fatos e acontecimentos relativos ao câncer considerados de interesse jornalístico como possíveis deflagradores do processo de recontextualização do discurso da ciência. Nessa etapa, concentramo-nos em buscar respostas, especialmente para as seguintes perguntas: (1) o que está representado?; (2) o que está destacado na textualização? Fairclough (2003, p. 136) sugere que, ao olharmos os textos a partir de um ponto de vista representacional, devemos identificar quais elementos de eventos são incluídos em sua representação, quais são excluídos e o quanto é maior ou menor a proeminência ou saliência dada aos elementos que são incluídos.

O propósito dessa etapa foi identificar e interpretar possíveis mudanças de angulação no “agendamento” da ciência – mais especificamente, o câncer – nas reportagens, tendo como parâmetro os critérios de noticiabilidade que são adotados pela mídia a partir dos “valores-notícia”. Considerando o modelo tridimensional de Fairclough (2008), procuramos identificar mudanças de abordagem/angulação temática que possam sinalizar (re)orientações na representação dos acontecimentos



relacionados ao câncer. Os dados mapeados estão descritos e discutidos na seção 4.2.

#### 3.4.2.2 Procedimentos para o mapeamento das vozes

Após a identificação da angulação temática (sobre o que está sendo representado), realizamos o mapeamento das vozes presentes no processo de recontextualização do discurso científico na tentativa de identificar as posições enunciativas que elas assumem ao construírem a representação do câncer. O mapeamento das marcas de recontextualização por citação e relato que estão presentes no esquema explicativo prototípico (CALSAMIGLIA, 2012) e que procuramos identificar nos textos do *corpus* deste estudo permitiu analisar as posições enunciativas que as vozes assumem no processo de recontextualização do discurso científico. Nesse procedimento quali-quantitativo, adotamos inicialmente como parâmetro as posições enunciativas sistematizadas por Motta-Roth et al. (2008) e Marcuzzo (2011). Esses estudos anteriores, vinculados ao projeto guarda-chuva *Análise Crítica de gêneros discursivos em práticas sociais de popularização da ciência*, tendo como ponto de partida Beacco et al. (2002), sistematizaram posições enunciativas nas notícias de PC: cientista/pesquisador, colega/técnico, governo, público e jornalista. Assim, nesta etapa da pesquisa, buscamos identificar, além das já mencionadas, a ocorrência de outras posições enunciativas, uma vez que o nosso universo de pesquisa (revista *VEJA*) não está situado no espectro das publicações consideradas especializadas, embora tenha tema específico: o câncer.

A análise embasada nos pressupostos da ACG e nas contribuições da teoria dos Definidores Primários (HALL, 1999; PENA, 2007<sup>50</sup>) buscou identificar o acesso privilegiado ao discurso midiático de certas fontes ou grupos/segmentos sociais. Nossa intenção, por meio desse procedimento, foi buscar pistas/evidências para identificar e interpretar a existência de relações assimétricas de poder nas práticas sociais e discursivas em análise. Relações assimétricas estão relacionadas à hegemonia (HALL, 1999; FAIRCLOUGH, 2008) de determinados grupos sociais, cuja voz tem mais acesso ou acesso privilegiado à mídia e, por consequência, à construção da representação do câncer. Por fim, passamos a analisar como o câncer está

---

<sup>50</sup> A primeira publicação desta obra de Pena data de 2005.

representado nesse novo discurso resultante do processo de recontextualização do discurso científico.

### 3.4.2.3 Procedimentos de análise da representação do câncer

Para delimitarmos as categorias de análise da investigação da representação do câncer, realizamos três análises-piloto. Nesses estudos preliminares, inicialmente analisamos a função léxico-gramatical realizada pelo item lexical “câncer” em algumas manchetes de capas da revista *VEJA* (cujos resultados já apresentamos no Capítulo 1 como exemplificação de análise de oração como representação a partir da GFS). As capas de onde foram selecionadas essas manchetes estudadas na análise-piloto não constituem o *corpus* de análise deste estudo, mas foram usadas como critério na seleção do *corpus* desta investigação. A linguagem verbal presente em capas da revista *VEJA* que abordam a temática “câncer” também foi objeto de estudo em outra análise-piloto realizada com o objetivo de investigar as nominalizações, um fenômeno linguístico considerado como representação não congruente no âmbito gramatical (MASTELLA, 2014). Os resultados desse estudo apontam que a nominalização é uma estratégia recorrente nas manchetes de capas de revista como possibilidade de dizer mais em menos palavras, além de possibilitar a editorialização (desvelamento de posições) nas manchetes.

Uma terceira análise-piloto realizada a partir de uma das reportagens que integra o *corpus* desta pesquisa<sup>51</sup> apontou a presença de representações congruentes e não congruentes (metaforizadas) do câncer no âmbito lexical e conceptual. Os resultados dessa investigação (MASTELLA, 2015), indicaram a presença de representações não congruentes, especialmente na(s) voz(es) do(s) jornalista(s) e dos pacientes ao representarem a doença. O estudo revelou o uso de metáforas gramaticais, como nominalizações (FAIRCLOUGH, 2003, 2008; HALLIDAY, 1994; HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004) e metáforas conceituais (FAIRCLOUGH, 2008; LAKOFF; JOHNSON, 1995), além de personificação, tipo de metáfora que ocorre quando “um objeto do mundo físico é especificado como sendo uma pessoa” (LAKOFF; JOHNSON, 1995, p. 71), como um recurso retórico usado pelos jornalistas

---

<sup>51</sup> *Os triunfos sobre o câncer de mama* (#12, ed. 1880, 17 nov. 2004). Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 30 out. 2012.

para representar o câncer/doença no processo de recontextualização do discurso científico.

A partir das análises-piloto realizadas e estudos anteriores desenvolvidos pelo grupo de pesquisa do LABLER, em especial de Colussi (2002), Gerhardt (2011), Lovato (2010a, 2010b), Santos (2010) e Marcuzzo (2011), que analisaram as estratégias e/ou recursos retóricos presentes no processo de recontextualização do discurso científico e, especialmente, o esquema prototípico de texto explicativo sistematizado por Calsamiglia (2012), os procedimentos de reformulação propostos por Hyland (2007) e os procedimentos de análise do discurso postulados por Fairclough (2003, 2008), procuramos elaborar categorias de análise que nos permitissem identificar que representação do câncer emerge no processo de recontextualização que ocorre no gênero reportagem de PC.

Como estratégia para delimitar nossas categorias de análise, procuramos elaborar perguntas análogas que, normalmente, são formuladas quando somos apresentados a algo/alguém ou quando buscamos obter mais informações a respeito de algo/alguém. Nessa perspectiva, formulamos perguntas básicas, como: qual é o nome dele (que nome é dado a ele)? Com o que/quem se parece ou pode ser comparado? O que ele é/faz (provoca)? Como ele é (atributos, características físicas ou de personalidade)? Tais perguntas, em nosso entendimento, seriam adequadas para identificar possíveis marcas de recontextualização no processo explicativo e, assim, definir as categorias de representação.

Por meio desse percurso delineado a partir de procedimentos discursivos (CALSAMIGLIA, 2012) estabelecemos quatro categorias de representação: Representação por Identificação (RI), que pode ocorrer pelos procedimentos de definição e classificação; Representação por Atribuição/Qualificação (RQ); Representação por Metáfora (RM); Representação por Reformulação (RR), que pode ocorrer por meio de aposto e glosa. Os procedimentos de citação e relato (mobilização de outras vozes) no processo de explicação do câncer, que também constituem o esquema prototípico explicativo, foram mapeados e observados numa etapa anterior (conforme explicitado na subseção 3.4.2.2).

As categorias Representação por Identificação (RI) e Representação por Atribuição/Qualificação (RQ) foram estabelecidas por meio de processos relacionais. A categoria Representação por Identificação (RI) foi delimitada a partir de duas indagações: como o câncer é representado nos processos relacionais identificativos?

Em que classes ou grupo o câncer está/é situado nos processos relacionais? Já a categoria Representação por Atribuição/Qualificação (RQ) foi estabelecida pela pergunta: que atributos são associados ao câncer nos processos relacionais?

A categoria Representação por Metáforas (RM), ou representações não congruentes, foi estabelecida por meio da seguinte pergunta: que item lexical é instanciado para referir/nominar/denominar o câncer/doença fora do campo semântico da medicina? Nessa categoria, estão incluídas as metáforas por substituição ou comparações a partir de elementos semânticos fora do campo da medicina.

A categoria Representação por Reformulação (RR) foi estabelecida a partir da pergunta: como o câncer é representado em procedimentos explicativos por meio de aposto e glosa?

Para identificar as marcas de recontextualização nas categorias Representação por Identificação (RI) e Representação por Qualificação (RQ), adotamos os pressupostos da GSF (HALLIDAY; MATTHIESSEN, 2004). As marcas de recontextualização classificadas na categoria Representação por Metáfora (RM) foram identificadas a partir dos postulados de Lakoff e Johnson (1995), Halliday e Matthiessen (2004) e Fairclough (2008) e as marcas de recontextualização na Representação por Reformulação (RR), a partir do que sugere Hyland (2007).

Uma vez que a nossa análise buscou identificar e interpretar como o câncer é explicado no processo de recontextualização do universo científico para o jornalístico, foi necessário estabelecermos distinção entre as representações congruentes e não congruentes/metaforizadas do câncer. Para isso, adotamos como parâmetro o campo semântico da medicina. No campo semântico da medicina, considera-se como representação congruente o uso de itens lexicais como *câncer*<sup>52</sup>, *neoplasia maligna*, *multiplicação desordenada das células*, *tumor*,  *cancro*, *metástase*, ou outros itens lexicais que referenciam tipos específicos de cânceres, como *leucemia*, *linfoma*, *carcinoma*, *adenoma*, *sarcoma*, *meningioma*, *mesotelioma*. Esses itens lexicais, considerados congruentes, estão em publicações técnicas do Instituto Nacional do Câncer (INCA), como: Parâmetros Técnicos para Programação de Ações de Detecção Precoce do Câncer de Mama (2006), Diretrizes Brasileiras para Rastreamento do

---

<sup>52</sup> A expressão *câncer*, embora possa remeter a um sentido metafórico, é adotada usualmente no campo semântico da medicina para designar um conjunto de doenças “que compartilham uma característica fundamental: o crescimento anormal e descontrolado das células” (MUKHERJEE, 2012, p. 13). Originada no latim, significa “caranguejo”, pois as células doentes atacam e se infiltram nas células sadias como se fossem os tentáculos de um caranguejo.

câncer do colo de útero (2011) e ABC do Câncer: Abordagens Básicas para o Controle do Câncer (2012). Tais publicações são destinadas aos profissionais da área da Saúde (médicos, biomédicos, enfermeiros, nutricionistas, farmacêuticos, etc.). Demais representações oriundas de outros campos semânticos foram consideradas, em nosso estudo, como não congruentes/metafóricas.

Assim, através dos critérios de seleção do universo de pesquisa e do *corpus* e dos procedimentos de investigação e das categorias de análise apresentados neste capítulo, realizamos o estudo. Os resultados de análise do perfil da instituição jornalística *VEJA* e da angulação temática *representação do câncer* estão descritos no Capítulo 4. Já os resultados da análise das vozes e da representação do câncer estão descritos no Capítulo 5.



## 4 ANÁLISE COM ÊNFASE NAS PRÁTICAS SOCIAIS – O CONTEXTO DA REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER

Nosso propósito, neste capítulo, é apresentar etapas de análise realizadas com ênfase no contexto. Na seção 4.1, apresentamos a análise contextual, que está organizada em três subseções. Nas subseções 4.1.1 e 4.1.2, procuramos descrever a instituição jornalística revista *VEJA* na tentativa de identificar, por exemplo, como ela se constitui como um dos participantes dessa interação que se dá no gênero reportagem de PC, quais os objetivos dessa interação, que valores e ideias são propostos, que resultados ou efeitos são pretendidos. Na subseção 4.1.3, dedicamo-nos também a identificar quem são os leitores das reportagens da revista *VEJA*, os “interlocutores” desse processo de interação social que ocorre no gênero discursivo em estudo.

Na seção 4.2, estão descritos os resultados da análise contextual realizada a partir de elementos textuais presentes nos 25 textos do *corpus* deste estudo. Os resultados da angulação temática estão descritos na subseção 4.2.1, os quais nos permitiram melhor compreender o cenário em que a representação do câncer foi construída no processo de recontextualização do discurso científico para o midiático e inferir sobre os possíveis acontecimentos deflagradores do processo de PC a partir dos valores-notícia (subseção 4.2.2). Na subseção 4.2.3, apresentamos as fases da representação do câncer identificadas ao longo de 40 anos a partir de mudanças na angulação das reportagens.

### 4.1 ANÁLISE CONTEXTUAL DE INSPIRAÇÃO ETNOGRÁFICA

Conforme mencionado no capítulo da Metodologia, neste estudo, parte da análise contextual se dá por meio de procedimentos com inspiração etnográfica. Na tentativa de conhecer a instituição jornalística *VEJA*, na qual e pela qual são produzidos o(s) texto(s) que constituem o nosso objeto de estudo, dedicamo-nos a ler gêneros discursivos nos quais é possível a identificação da “voz” da revista *VEJA*. Também procuramos, por meio da consulta de dados a respeito do perfil dos leitores da revista, vislumbrar a quem se destinam os textos produzidos para, assim, delinear a comunidade discursiva que constitui o gênero em análise. A análise contextual com

foco na instituição jornalística *VEJA* foi realizada a partir de cartas ao leitor/carta do editor, anúncios institucionais publicados na própria revista e ainda por meio da descrição de campanhas publicitárias veiculadas na publicação impressa e em outros meios de comunicação.

#### 4.1.1 A revista *VEJA* pela revista *VEJA*

A revista *VEJA* é uma publicação da Editora Abril. De acordo com dados de junho de 2013 do Instituto Verificador de Circulação<sup>53</sup> (IVC), a revista *VEJA* tinha uma tiragem de 1 milhão exemplares. Dessa tiragem, 901,8 mil exemplares destinavam-se aos assinantes e 138,7 mil à venda avulsa, o que representa um universo de aproximadamente 10,4 milhões de leitores no período, conforme dados apurados pela *Projeção Brasil de Leitores em 2012*<sup>54</sup>.

A história da revista começou em 11 de setembro de 1968. Naquela época, quando circulou a sua primeira edição, a Editora Abril já publicava revistas em quadrinhos de personagens de *Walt Disney*, como *Pato Donald*, e publicações voltadas ao público feminino, como *Capricho* (lançada em 1952), *Manequim* (em 1959) e *Cláudia* (em 1963), além da revista *Quatro Rodas*, que começou a ser publicada em 1960 junto com a implantação da indústria automobilística no Brasil.

Conforme dados do Expediente<sup>55</sup> da revista, a *VEJA* estreou tendo à frente Victor Civita (diretor e editor), Roberto Civita (diretor de publicação) e Mino Carta (diretor de redação). Para viabilizá-la, conforme relato da primeira Carta do Editor, os seus dirigentes selecionaram 100 entre 1800 universitários que se candidataram para um “inédito” Curso Intensivo de Jornalismo. Os 50 melhores jovens jornalistas passaram a constituir, junto a outros profissionais mais experientes, a equipe de redação. A fim de viabilizar a cobertura internacional, a Editora Abril contratou os serviços de agências de notícias e de revistas de prestígio mundial, como *Paris-Match*

---

<sup>53</sup> IVC é uma entidade sem fins lucrativos que tem por objetivo certificar as métricas de desempenho de mais de 400 publicações (jornais e revistas) filiadas ao Instituto. Mais informações em: <<http://www.ivcbrasil.org.br/>>. Acesso em:

<sup>54</sup> Os dados apresentados foram coletados no site da revista *VEJA* em 2013. Salientamos que, atualmente, tais informações estão alteradas, visto que a revista atualiza anualmente as suas estatísticas. No entanto, como nosso objeto de estudo compreende o ano de 2013, acreditamos ser importante manter os dados da época para contextualizar a análise.

<sup>55</sup> O expediente é um quadro de identificação que jornais e revistas, por exigência legal, publicam em todas as suas edições. Neste quadro constam os dados da publicação como nome, endereço, local de impressão, etc., além dos nomes dos diretores, editores e de outros profissionais importantes da publicação. (RABAÇA; BARBOSA, 1998, p. 252),



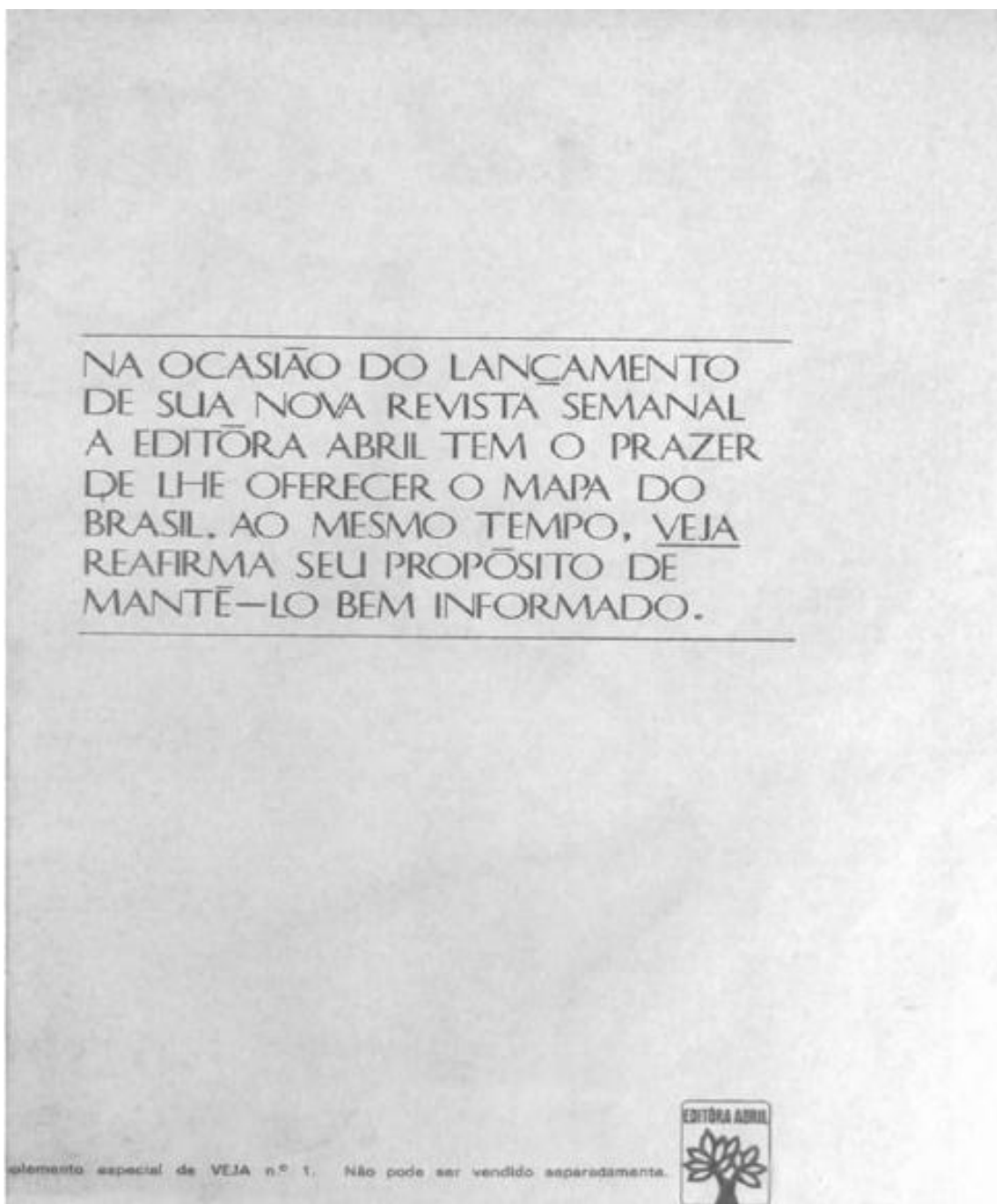
(França), *Newsweek* (Estados Unidos), *Época* (Itália) e *Der Spiegel* (Alemanha). A editora montou também uma complexa rede de telecomunicações e abriu escritórios regionais em todas as grandes cidades do país, os quais mantinham contato permanente com a redação, localizada em São Paulo.

Na primeira edição, a Carta do Editor (p.20-21), assinada por Victor Civita, manifesta aos leitores os propósitos, valores e intenções da publicação.

[...] Onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo que todos os leitores do País. Pois Veja quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros. [...] O Brasil não pode ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo da VEJA. [...] Conscientes da responsabilidade assumida ao editar VEJA, dedicamos a revista a todas as pessoas. Ao Brasil de hoje e de amanhã. (CIVITA, 1968, p. 20-21).

A manifestação dos editores procurava evidenciar a condição da *VEJA* como revista de informação nacional, destinada a todos os brasileiros (não apenas aos moradores de determinada região) e voltada à abordagem de diferentes assuntos considerados relevantes para subsidiar e orientar os leitores na tomada de decisões. Constata-se que, no entendimento dos editores, entre os assuntos que os brasileiros precisavam “saber”, estavam a ciência e a tecnologia. É possível identificar a intenção dos editores em possibilitar que os brasileiros conhecessem melhor o seu próprio país. Uma das principais reportagens publicadas na primeira edição da revista procurou apresentar um panorama do Brasil naquela época. Essa preocupação foi demonstrada também em um anúncio institucional (Figura 13) publicado na primeira edição.

Figura 13 – Anúncio institucional da revista VEJA publicado na edição nº 1.



Fonte: Acervo Digital Veja. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 20 set. 2013:

Em 1978, quando a revista completou seus 10 primeiros anos, Victor Civita permanecia como editor e diretor. O diretor de redação era José Roberto Guzzo. No expediente da revista, constavam como diretores (sem especificar de que setores) os nomes de Roberto Civita, Richard Civita, Edgard de Silvio Faria e Rubens Vaz da Costa. Na edição nº 523, comemorativa dos 10 anos, que circulou no dia 13 de

setembro de 1978, a Carta do Editor, novamente assinada por Victor Civita, ocupava duas páginas, procurando demarcar o lugar da revista no cenário editorial brasileiro, reafirmar os propósitos, os princípios e os valores preconizados pela publicação, além de evidenciar o panorama político do Brasil na época.

[...] VEJA, muito mais que um projeto bem-sucedido, é hoje uma instituição na imprensa brasileira que se integrou de forma permanente no elenco dos principais órgãos de comunicação do país. Ler VEJA tornou-se hábito semanal nos quatro cantos do território nacional [...] A efetiva presença de VEJA nas capitais e no interior, nas cidades grandes e pequenas [...] VEJA granjeou o respeito e admiração das faixas mais expressivas da opinião pública por ter cumprido à risca seu compromisso de manter o leitor bem informado com verdade, imparcialidade e eqüidistância. [...] o décimo aniversário de VEJA coincide com um momento particularmente importante na vida do país, quando a abertura política propicia uma metamorfose não apenas no regime mas também nas próprias relações entre os diversos setores da sociedade brasileira. [...] queremos afirmar que nos consideramos liberais [...] ser liberar, para nós, é querer o progresso com ordem, a mudança pela evolução, e a manutenção da liberdade e da iniciativa individual como pedra angular do funcionamento da sociedade. [...] apesar das consideráveis conquistas feitas nos últimos anos, o Brasil chega ao limiar dos anos 80 padecendo de graves problemas sociais e marcado por profundas desigualdades. [...] Nossa convicção é a de que a democracia é a forma mais justa de conciliar a escassez de recursos com a multiplicidade de reivindicações. [...] É inútil pensar em qualquer avanço sem um dramático esforço para dar melhor educação a todos os brasileiros. [...] Não pretendemos ser os donos da verdade – e VEJA comprova, com sua disposição permanente de ouvir opiniões de todas as tendências no debate dos grandes temas nacionais. Mas o leitor sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes dez anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã. (CIVITA, 1978, p. 18-19).

A manifestação procura reforçar a autoimagem de revista nacional de informação voltada a abordar e debater temas de interesse de leitores de todo o país e de contribuinte para ajudar na transformação e no desenvolvimento do Brasil. Na mesma edição, nº 523 (p.117), um anúncio da própria revista construía a imagem dos leitores da *VEJA* como “as pessoas mais bem informadas do país”. O anúncio destinado à venda de assinaturas, também procurava reforçar a imagem de revista de informação nacional.

[...] Você poderá contar com as informações precisas e completas da melhor revista de informação nacional do país. E acompanhará de perto a sequência dos acontecimentos em todos os setores da atividade humana. Você terá semanalmente o panorama atualizado do Brasil e do mundo. Sempre com o estilo inconfundível de VEJA: inteligente, agradável de ler, na análise dos assuntos como política, economia, comportamento, arte, música, esportes, cinema, show, TV, livros, etc... [...]. (EDITORA ABRIL, 1978, p. 117).

Dez anos depois, ao comemorar seus 20 anos, a revista *VEJA* volta a reafirmar seus propósitos em carta dirigida ao leitor publicada na edição nº 1045, de 13 de setembro de 1988. O espaço antes denominado Carta do Editor (e assinada apenas por Victor Civita) passa a ser denominado Carta ao Leitor, sendo o texto assinado por Victor Civita e Roberto Civita, respectivamente o editor/diretor e o diretor superintendente da Editora Abril. No Expediente, publicado na página 40 da edição, é possível perceber uma nova organização da Editora, com expansão de diretorias. Na revista *VEJA*, José Roberto Guzzo continuava a ser o diretor de redação. No texto da Carta ao Leitor, que exibe uma foto de Victor e Roberto Civita junto à logomarca da Editora Abril, são reproduzidos trechos publicados na Carta do Editor da primeira edição da revista (1968) e da edição nº 523 (1978), aparentemente com a intenção de reafirmar os propósitos iniciais da revista: ser “a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros” e de ter “disposição permanente de ouvir opiniões de todas as tendências, no debate dos grandes temas nacionais”.

Em outros trechos do editorial, os principais dirigentes da Editora Abril apresentam uma espécie de avaliação da trajetória da revista *VEJA*, enfatizando as suas 1.044 edições, a tiragem, que, na época, já alcançava 800 mil exemplares, e os propósitos da publicação. No texto, mencionam um suplemento especial de 228 páginas, comemorativo aos 20 anos da revista, no qual é oferecido aos leitores da revista “uma ampla visão dos momentos-chave e das principais transformações que ocorreram a nossa volta durante duas décadas de existência da revista *VEJA*” (CIVITA; CIVITA, 1988, p. 40). Em outros pontos do texto reiteram compromissos da publicação.

[...] Mais importante do que a velocidade e o tamanho, entretanto, é o que esta revista veio a representar ao longo de duas décadas de vida. Procurando cumprir à risca seu compromisso inicial de manter o leitor bem informado, *VEJA* enfrentou primeiro a perplexidade dos próprios leitores diante de sua receita considerada ‘fria’, compartimentalizada e pouco ilustrada. Seguiram-se os rigores dos tempos de censura e os anos de ira e incompreensão de sucessivos governos autoritários. Mas, após um retumbante fracasso inicial, a revista foi se firmando como uma publicação corajosa, comprometida com a verdade, com a honestidade, com o equilíbrio e o bom senso e com a defesa intransigente da liberdade, da democracia e da livre iniciativa.[...] continuar fazendo desta revista uma fonte semanal de leitura agradável, informação confiável, análise inteligente e idéias inovadoras. [...]. (CIVITA; CIVITA, 1988, p. 40).

Inserir trechos de textos e até fotos publicados em edições anteriores parece ser a estratégia da revista *VEJA* para reafirmar seus propósitos, consolidando uma imagem de fidelidade aos compromissos firmados no lançamento da publicação.

Quando a revista chegou aos 30 anos, em 1998, o então editor Roberto Civita, em artigo intitulado “*A dura tarefa de transformar o importante em interessante*”, publicado no espaço editorial Ponto de Vista (Anexo A), faz uma retrospectiva da trajetória da instituição *VEJA*. O texto é assinado, desta vez, somente por Roberto Civita, uma vez que Victor Civita (editor e diretor anterior e também um dos fundadores da revista) já havia falecido. Sua abordagem enfoca principalmente questões políticas do Brasil e a atuação de *VEJA* nesse contexto. O novo editor manifesta “satisfação” em “informar os leitores corretamente, contar-lhes a verdade e opinar – sempre – com coragem e independência” (CIVITA, 1998, p. 146). No texto, lamenta a morte do fundador e editor da revista por 22 anos, menciona que ele era seu pai e enfatiza as dificuldades políticas e econômicas enfrentadas por eles para manter a revista em circulação.

Pelo texto, Roberto Civita procura compartilhar com o leitor os bastidores da instituição jornalística *VEJA* e os percalços enfrentados para prosseguir nos propósitos assumidos. Aproveita também para reforçar valores preconizados, entre os quais “convicções democráticas [...] e a “capacidade de enfrentar a raiva de governantes contrariados” (CIVITA, 1998, p. 146). No texto, são reafirmados ao leitor compromissos já manifestados em textos anteriores. Palavras como “informação”, “democracia”, “livre iniciativa” e transformação” são recorrentes nos discursos manifestados pela voz institucional.

Em 2008, quando comemorou seus 40 anos, a revista publicou uma edição especial comemorativa, na qual a Carta do Editor (Anexo B), assinada por Roberto Civita, enfatiza a condição da *VEJA* de revista de informação semanal com maior tiragem no país e com um número de leitores que, na época, alcançava 5 milhões. Na Carta do Editor da referida edição, Roberto Civita salienta a preocupação dos profissionais que produzem a revista em oferecer aos leitores “não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor” (CIVITA, 2008, p. 14). O editorial traz uma foto de Roberto Civita com o seu pai, Victor Civita, publicada em 1984, e, nas linhas finais do texto, um trecho em grifo da Carta ao Leitor publicada em 1978 (na edição comemorativa dos 10 anos da revista), que diz: "O leitor sabe de que

lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã" (CIVITA 2008 apud CIVITA, 1978, p. 18-19). A estratégia nos permite inferir que o autor da Carta do Editor, publicada em 2008, procura enfatizar a relação de proximidade e compromisso existente entre os jornalistas que produzem a revista e os seus leitores, ao longo da existência da revista.

Em setembro de 2013, ano em que morreu Roberto Civita e em que a revista comemorou seus 45 anos, uma nova edição especial foi publicada, tendo como manchete "Os 45 primeiros anos de *VEJA*". Aparentemente, esta foi uma estratégia editorial para manifestar seu posicionamento de liderança no cenário editorial brasileiro de revistas e reforçar a ideia de que, apesar dos falecimentos de Victor Civita, em 1990, e de Roberto Civita, em maio de 2013, a Editora Abril e a revista *VEJA* continuariam seguindo a mesma linha editorial e os mesmos propósitos estabelecidos pelos seus fundadores em 1968.

A Carta ao Leitor, publicada na página 20 da referida edição especial, que circulou no dia 20 de setembro de 2013 (Anexo C), não apresenta assinatura específica de nenhum de seus diretores ou do editor. Implicitamente a "voz" da revista, neste caso, é coletiva, de um grupo de pessoas, ou seja, de todos os envolvidos em sua produção. Sobre os jornalistas e outros profissionais que produzem a revista, a carta afirma que: "os profissionais de sucesso de *VEJA* são homens e mulheres inteligentes e insatisfeitos, ávidos por leitura, que buscam entender o porquê das coisas, dispostos a cerrar fileiras a favor dos seus leitores e, como consequência, do Brasil".

A carta faz referência à edição especial de 45 anos de *VEJA* como uma "uma cápsula do tempo" em que são lembrados, retomados e analisados assuntos e acontecimentos abordados pela revista ao longo de 45 anos, além da própria trajetória da publicação ao longo da história do Brasil durante o período.

[...] Estão aqui em cada página a coragem de contrariar unanimidades burras, o destemor e a transparência na exposição de seu ponto de vista e a obsessão pela qualidade editorial, pela notícia inédita e pela reflexão original. Nada como o teste do tempo para perceber o real valor de uma revista. Só assim podem ficar patentes a constância, a firmeza de princípios e sua aplicação sob as mais diversas circunstâncias. Ao chegar a seus 45 anos de vida, *VEJA* pode ser orgulhar de ter passado com louvor nesse teste [...]. (VEJA, 2013, p. 20).

No excerto acima, é possível identificar mudanças relacionadas ao que era preconizado como qualidade de um texto jornalístico. Nas primeiras décadas da revista, percebe-se uma preocupação dos editores em salientar a busca pela objetividade e imparcialidade, consideradas na época como qualidades jornalísticas indispensáveis na construção da credibilidade. No texto publicado em 2013, percebe-se o reconhecimento de que a imparcialidade é apenas uma utopia a ser perseguida pela imprensa, e os responsáveis pela produção da revista sinalizam que, agora, “a transparência na exposição de seu ponto de vista” (VEJA, 2013, p. 20) é a qualidade editorial a ser buscada com “destemor” e com “coragem de contrariar unanimidades burras”. Essa postura da revista se coaduna com as concepções contemporâneas que envolvem a prática jornalística, ou seja, considera a imparcialidade absoluta uma utopia. Tal perspectiva se alinha ao que é proposto por Martin e White (2005), na teoria da Avaliatividade. De acordo com a referida teoria, nossos discursos sempre nos posicionam<sup>56</sup>, em relação a algum objeto, pessoa, evento, fato ou fenômeno social.

Ainda na referida edição comemorativa dos 45 anos da *VEJA*, no Expediente da revista, permanecem os nomes de Victor Civita e Roberto Civita (os primeiros editores da revista *VEJA*), com respectivas referências dos anos de nascimento e morte dos dois jornalistas. No Expediente, também é possível constatar uma nova organização das funções de comando da Editora Abril e da revista *VEJA*. A Editora Abril tem, como presidente de seu Conselho Editorial, Victor Civita Neto, enquanto que a revista *VEJA* tem, como seu Diretor de Redação, Eurípedes Alcântara. No site<sup>57</sup> da Editora Abril, a revista *VEJA* é descrita como uma publicação “abrangente, cobrindo desde o mundo da política, economia, internacional, até artes e cultura, com uma linguagem clara e atraente, gostosa de ser lida”. E os propósitos da revista são explicitados por palavras proferidas/escritas e que levam a assinatura de Roberto Civita:

---

<sup>56</sup> A teoria da Avaliatividade proposta por Martin e White (1995) defende a ideia de que falantes/escreventes constroem textualmente a avaliação e, mediante um conjunto de recursos semânticos, expressam suas atitudes em termos de afeto, julgamento ou apreciação. Além disso, manifestam engajamento em relação a outras vozes no discurso e o grau de intensidade para suas avaliações. O termo avaliatividade corresponde à tradução para o português do termo inglês *appraisal*, usado por Martin e White (2005) para designarem o sistema pelo qual os falantes ou escreventes se posicionam em relação a algum objeto, pessoa, evento, fato ou fenômeno social. Tal sistema foi desenvolvido a partir da metafunção interpessoal, uma das três metafunções que a linguagem desempenha no contexto social descritas na teoria sistêmico-funcional proposta por Halliday (1994) e revisitada por Halliday e Matthiessen (2004).

<sup>57</sup> Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impresa>>. Acesso 07 nov. 2015.

Ser a maior e mais respeitada revista do Brasil. Ser a principal publicação brasileira em todos os sentidos. Não apenas em circulação, faturamento publicitário, assinantes, qualidade, competência jornalística, mas também em sua insistência na necessidade de consertar, reformular, repensar e reformar o Brasil. Essa é a missão da revista. Ela existe para que os leitores entendam melhor o mundo em que vivemos<sup>58</sup>.

A posição de maior revista de informação do Brasil e a sua relevância no contexto social são destacadas pela Editora Abril não só em espaços dentro da revista, onde a “voz” institucional se manifesta. A imagem da revista *VEJA* também é construída por meio de campanhas publicitárias, conforme alguns exemplos que apresentamos a seguir.

#### 4.1.2 A revista *VEJA* pelas campanhas publicitárias

Em 2009, por exemplo, uma campanha criada pela agência AlmapBBDO procurou construir a imagem da revista *VEJA* a partir do slogan “*VEJA*. Indispensável para o País que queremos ser”. No rastro dessa campanha, foi lançada outra, evidenciando frases como “Seja descolada”, “Seja admirado”, “Seja indispensável”. As peças da ação publicitária (Figura 14) – veiculadas em revistas e jornais – apresentam as referidas frases, procurando estabelecer uma relação com o conteúdo da publicação. Nas peças publicitárias, o termo “seja” também é utilizado com a mesma fonte gráfica do título de *VEJA*. A intenção da campanha, conforme explica Claudio Ferreira, diretor comercial da *VEJA* (em fala<sup>59</sup> publicada no site oficial do Clube da Criação de São Paulo – CCSP), foi criar uma “campanha simples, porém com um conceito forte, que valoriza quem lê e quem pretende ler *VEJA*. O grande diferencial é que falamos com vários públicos ao mesmo tempo, pois a campanha se adapta a várias situações e perfis dos leitores”.

Com duração de dois meses, a campanha revela todos os sejas que um leitor pode ser: *indispensável, informado, promovido, admirado, valorizado, contratado, disputado, consciente, diferenciado, privilegiado, relevante, interessante, honesto, seguido, decisivo, transparente, imitado, reconhecido, coerente, compreendido, badalado, descolado, premiado, decidido, ético, criterioso, percebido, referência,*

---

<sup>58</sup> Trecho transcrito da homepage da Revista *VEJA*.

<sup>59</sup> Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/pre-estreia-mi-90/>>. Acesso em: 15 set. 2013.



*vencedor, considerado, consultado, plugado, antenado, incontestável, direto, esperto, inteligente, conectado e tolerante.*

Figura 14 – Reprodução de peças da campanha publicitária "Seja" da revista VEJA.



Fonte: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/pre-estreia-mi-90/>>. Acesso em: 15 set. 2013.

Marcello Serpa, sócio e diretor geral de criação da AlmapBBDO, em fala publicada na mesma matéria do site do CCSP, salienta que a ideia da campanha foi mostrar ao público que:

Veja é indispensável. Tanto para o país que queremos ser, como para o leitor. Indispensável para a valorização do leitor de Veja. De uma forma simples e direta falamos das inúmeras vantagens que a leitura de Veja traz para quem a lê. [...] Quem se informa se destaca, tanto no mercado de trabalho como numa roda de amigos. Essa campanha é sobre a importância da informação

na formação de leitores mais conscientes, mais interessantes e, portanto, mais valorizados.<sup>60</sup>

Após a realização da campanha “Seja”, a agência AlmapBBDO deu sequência à ação publicitária para a revista *VEJA*, em 2011, com a campanha intitulada “Indispensável para o que você quer ser” (Figura 15).

Figura 15 – Reprodução de peças publicitárias da campanha “Indispensável para o que você quer ser” da revista *VEJA*.



Fonte: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/campanha-1878/>>. Acesso em: 15 set. 2013.

<sup>60</sup> Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/pre-estreia-mi-90/>>. Acesso em: 15 set. 2013.

Enquanto na campanha publicitária anterior, o objetivo era “consolidar a revista como ferramenta e estímulo para quem *“reconhece a importância de ser”* (PRADO, 2009, grifo da autora), na nova etapa, a revista procurou reforçar a mensagem de que o leitor “pode decidir o que deseja *ser*” e que a leitura da revista *VEJA* o prepara para atingir seus objetivos, personalizando o diálogo na comunicação. A campanha foi publicizada nas revistas da Editora Abril e também foi exibida em mídias digitais, jornais, emissoras de rádio e televisão. Para Ferreira, em fala publicada em nova matéria do site do CCSP, “esta nova campanha revela o DNA de *VEJA*, pois mostra a preocupação da revista com a informação e também a formação de seus leitores. Além de deixar clara a relevância do que *VEJA* informa para que o leitor chegue ‘onde ele quer chegar’”<sup>61</sup>.

Ao completar 45 anos, em 2013, a revista *VEJA* lançou uma campanha publicitária comemorativa. O primeiro anúncio dessa campanha (Figura 16) foi publicado junto ao espaço da Carta ao Leitor da edição nº 2338 (Anexo C), que circulou no dia 11 de setembro de 2013.

Figura 16 – Reprodução do primeiro anúncio da edição comemorativa aos 45 anos.



Fonte: <<http://www.ccsp.com.br/site/ultimas/65823/45-anos>>. Acesso em: 25 set. 2013.

<sup>61</sup> Trecho disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/campanha-1878/>>. Acesso em: 15 set. 2013.

Tanto o anúncio publicitário quanto a Carta ao Leitor da referida edição anunciam uma edição especial comemorativa aos seus 45 anos prevista para circular em 21 de setembro. A Carta ao Leitor destaca quem, na edição especial, “revisitaremos reportagens internacionais, investigações de fôlego e uma coletânea de artigos, além de infográficos, fotos e 45 reportagens que fizeram – e fazem – história”. O texto da Carta ao Leitor explica também detalhes da campanha publicitária constituída por cinco anúncios em que são exibidas duas pilhas de palavras antagônicas e o número de vezes em que cada uma foi citada ao longo dos 45 anos. No primeiro, por exemplo, estão “corrupção” – citada 5.114 vezes – e “condenação”, com 1.359 citações.

O segundo anúncio, publicado na semana seguinte (Figura 17), abordou a “guerra” – citada 21.023 vezes – e a “paz”, com 9.312 registros. Quando a campanha foi lançada, ainda estavam previstas outras peças, abordando temas como “natalidade e mortalidade” e o “câncer e a cura” (PRADO, 2013).

Figura 17 – Reprodução do segundo anúncio da edição comemorativa aos 45 anos.



Fonte: <<http://www.ccsp.com.br/site/ultimas/65823/45-anos>>. Acesso em: 25 set. 2013.

O slogan de assinatura da campanha, “*Veja. Há 45 anos revelando os fatos para ajudar a mudar esta realidade*”, alude ao compromisso da revista de contribuir

para mudar aspectos da realidade brasileira considerados negativos. A criação dessa campanha também foi a agência AlmapBBDO.

Ao destacar determinadas palavras na campanha publicitária alusiva aos 45 anos, os responsáveis por ela procuram destacar temas considerados relevantes na ótica dos produtores e/ou editores da revista. As palavras destacadas sugerem uma predileção por temas variados, com ênfase, porém, para assuntos políticos. No âmbito da ciência, o câncer e busca pela cura da doença parecem ser temáticas de grande relevância para os editores da revista.

Com base no contexto descrito, percebemos que os temas abordados pela *VEJA* são diversos. E igualmente heterogêneo é o perfil dos seus leitores, conforme dados de uma pesquisa publicada pela Editora Abril em seu site que apresentamos na próxima seção.

#### **4.1.3 Os leitores da revista *VEJA***

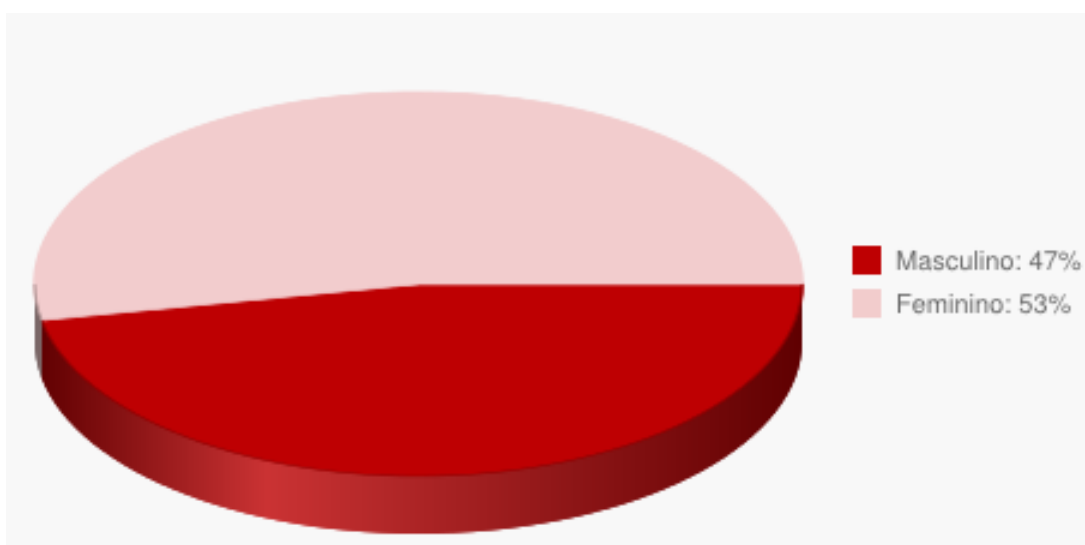
A pesquisa referente a 2012 realizada pelos Estudos Marplan EGM, do Instituto de Pesquisa Ipsos, e publicada no site da Editora Abril<sup>62</sup> aponta uma leve predominância feminina entre os leitores da revista. Conforme a Figura 18, entre os leitores da revista *VEJA*, 53% são mulheres e 47% homens.

Em relação à idade dos leitores verifica-se um predomínio de adultos (Figura 19), em especial das faixas acima de 50 anos (26%) e de 25 e 34 anos (24%). Crianças e adolescentes, embora em percentuais inferiores, também integram o universo de leitores da revista *VEJA*.

---

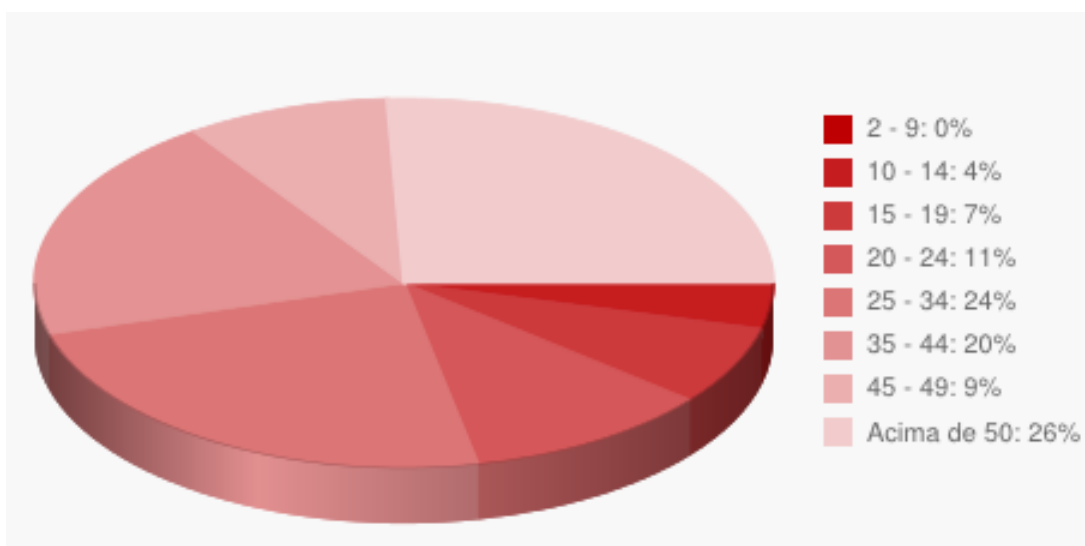
<sup>62</sup> Os gráficos da pesquisa referente ao ano de 2012 apresentados nas páginas a seguir foram coletados no site da revista *VEJA* na época de sua publicação. Atualmente, tais gráficos não encontram-se mais disponíveis na homepage, pois as informações são constantemente atualizadas no site da publicação por novas pesquisas feitas a cada ano. Como ao nosso objeto de estudo interessam os dados referentes ao ano de 2012, mantivemos os gráficos daquele período para a contextualização.

Figura 18 – Percentual de leitores por sexo.



Fonte: Estudos Marplan EGM – Consolidado 2012.

Figura 19 – Perfil dos leitores por idade.

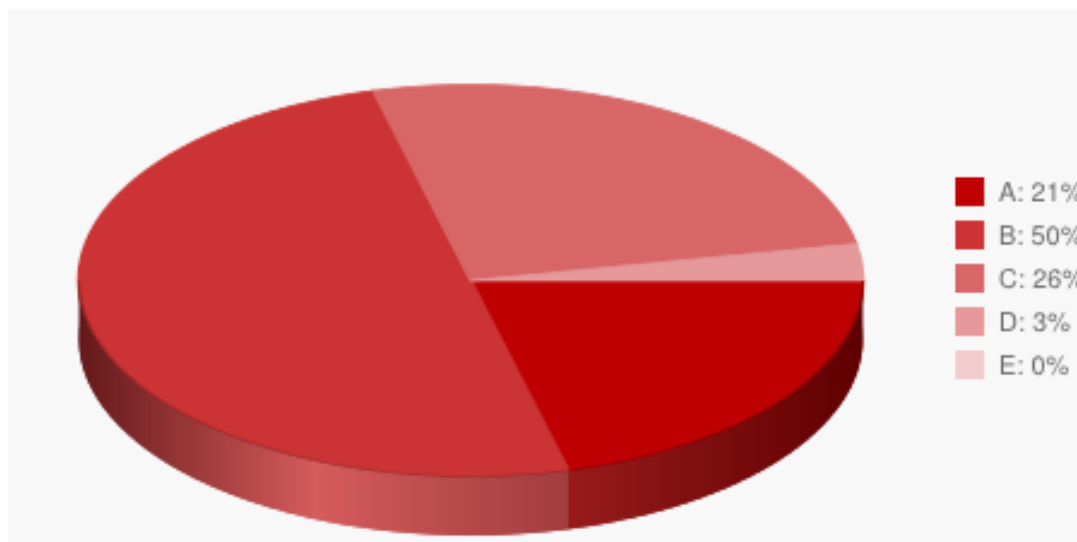


Fonte: Estudos Marplan EGM – Consolidado 2012.

A classe social predominante (Figura 20) entre os leitores é a classe B (50%), seguida da classe C (26%), que apresenta um índice superior à classe A (21%). No Brasil, há atualmente diferentes metodologias para determinar as classes sociais (considerando critérios como renda, hábitos de consumo, nível educacional e cultural, etc.). No entanto, a metodologia mais usual na identificação das classes sociais é a do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), baseada no número de

salários mínimos, distribuindo a população brasileira em cinco faixas de renda ou classes sociais (CARNEIRO, 2015).

Figura 20 – Perfil de leitores por classe social.



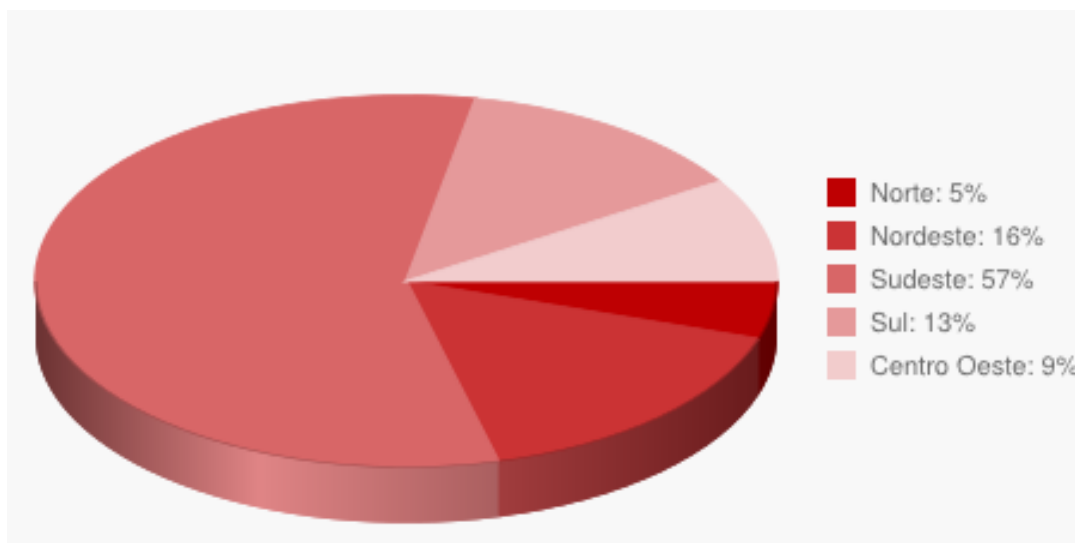
Fonte: Estudos Marplan EGM – Consolidado 2012.

Na classificação de 2012, considerando o valor do salário mínimo (R\$678,00), a classe A corresponde a famílias com renda familiar acima de R\$13.560,00. Na classe B, estão as famílias com renda na faixa entre R\$ 6.780,00 e R\$ 13.559,99 e, na classe C, as famílias com renda entre R\$ 2.712,00 e R\$ 6.779,99. As famílias da classe D, situadas na faixa de renda entre R\$ 1.356,00 e R\$ 2.711,99, têm ainda pouco acesso às informações da revista *VEJA* e as famílias da classe E (renda inferior R\$ 1.356,00), nenhum acesso, consolidando a ideia de que revistas, (e, provavelmente, jornais e livros) são produtos/bens culturais que as camadas situadas nos estratos sociais considerados inferiores praticamente não têm acesso. Por outro lado, a pesquisa realizada pela Marplan sinaliza que a expansão da classe C está se refletindo também no perfil dos leitores da *VEJA*, uma vez que a classe C corresponde a 26%, um índice superior ao da classe A, que é de 21%.

A pesquisa da Marplan aponta ainda que, apesar da revista *VEJA* reafirmar sua condição de revista nacional, os leitores da publicação estão em maior número nas regiões Sudeste (57%) e Nordeste (16%), conforme a Figura 21. Acreditamos que esses dados levem em conta o número de assinaturas e venda avulsa de exemplares, e não a densidade de leitores, pois as regiões Sudeste e Nordeste são as mais

populosas no Brasil. De acordo com o censo realizado pelo IBGE<sup>63</sup> em 2010, a região Sudeste continua sendo a mais populosa, com 80.353.724 pessoas, seguida pela região Nordeste com mais de 53 milhões de habitantes. Um cotejamento entre percentual populacional e percentual de leitores poderia revelar outro panorama.

Figura 21 – Percentual de leitores por região do país.



Fonte: Estudos Marplan EGM – Consolidado 2012.

A partir da observação dos dados levantados pela pesquisa da Marplan, é possível dizer que os leitores que integram a comunidade discursiva do gênero reportagem de PC na revista *VEJA* são predominantemente adultos situados nos estratos sociais mais elevados. Em relação ao sexo, há uma pequena predominância de mulheres.

É pertinente lembrar que a comunidade discursiva do gênero em análise neste estudo, além dos jornalistas/editores da revista *VEJA* e dos leitores da referida publicação, é formada também pelas fontes de informação consultadas para a elaboração das reportagens. Elas podem ser identificadas nas vozes presentes nos textos das reportagens e que assumem determinadas posições enunciativas no processo de explicação da doença. A identificação dessas vozes, cujos resultados estão descritos na subseção 5.1, permite-nos completar a descrição dos membros da comunidade discursiva do gênero reportagem de PC e, assim, melhor compreender o

<sup>63</sup> Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em: 30 out 2013.



contexto da representação do câncer e inferir sobre escolhas léxico-gramaticais, procedimentos retóricos, estratégias discursivas e abordagem temática que manifestam nos textos das reportagens que constituem o *corpus* de análise.

Após a análise contextual de inspiração etnográfica e ainda com o propósito de melhor delinear o contexto de representação do câncer, realizamos a identificação da angulação temática das reportagens a partir de elementos nos 25 textos do *corpus*. Os resultados estão descritos a seguir, na subseção 4.2.

## 4.2 ANÁLISE CONTEXTUAL COM BASE EM ELEMENTOS DOS 25 TEXTOS DO CORPUS

A partir da perspectiva adotada na Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2003, 2008), na qual se reconhece que o texto (prática discursiva) e o contexto (prática social) estão imbricados, procuramos delinear o cenário, as circunstâncias e os participantes do processo de recontextualização do discurso científico e, por consequência, da representação da doença. A identificação e análise da angulação temática, no nosso entendimento, fornecem dados para melhor compreender o cenário em que a representação do câncer foi construída e acontecimentos que possam ter contribuído para isso.

### 4.2.1 Identificação da angulação temática

De acordo com o que explicitamos no capítulo da Metodologia, o mapeamento da angulação temática foi realizado a partir de duas questões básicas: (1) o que está representado? e (2) o que está destacado na textualização? Nesta análise, procuramos identificar a angulação a partir de três temas predefinidos (a doença, as descobertas científicas e os pacientes). Para tanto, buscamos mapear ocorrências de itens lexicais que referenciassem a doença, os avanços científicos ou os pacientes e a função léxico-gramatical realizada por eles em manchetes, linhas de apoio, *lead*, olho e legendas. Tais pistas textuais nos permitiram inferir sobre que fatos ou acontecimentos relacionados ao câncer e considerados de interesse jornalístico foram possíveis deflagradores do processo de recontextualização do discurso da ciência.

O foco deste estudo é a linguagem verbal. No entanto, aqui, consideramos também os recursos visuais (fotografias, ilustrações, boxes, linhas em boxes) como

elementos que contribuem para a identificação da angulação temática, uma vez que o registro do gênero reportagem de PC é multimodal, ou seja, quando são articulados no texto diferentes modos semióticos para construir significação em contextos específicos.

Portanto, nesta etapa de análise, detivemo-nos em analisar como os elementos verbais e não verbais (imagéticos) estão articulados no texto e a representação que se apreende dessa combinação, oferecendo pistas para inferir a respeito do que está representado e, por consequência, identificar a angulação temática. Os dados obtidos pela análise da linguagem visual nos permitiram aferir os resultados obtidos na análise da linguagem verbal e vice-versa. Assim, para melhor descrever nosso percurso de identificação da angulação temática das reportagens de PC que constituem o *corpus* dessa investigação, apresentamos um exemplo desse procedimento de análise com base no texto #23 (ed. 2235, 2011)<sup>64</sup>.

A Figura 22, uma reprodução das duas primeiras páginas do texto da reportagem 23, intitulada “*No espírito da cura*”, permite-nos evidenciar como a angulação pode ser identificada pela articulação da linguagem verbal e visual. O título e a linha de apoio – destacados em letras em tamanho maior do que as letras do restante do texto – articulados à fotografia do paciente, o ator Reynaldo Gianecchini (sorrindo e exibindo a cabeça raspada), sugerem que angulação está centrada no paciente (famoso).

---

<sup>64</sup> As reportagens em análise serão referenciadas ao longo das análises pelo seu código, conforme a classificação do *corpus* de pesquisa já apresentada no Quadro 3 (Cf. p. 114-115).

Figura 22 – As duas primeiras páginas do texto da reportagem #23.



A análise do texto imagético nos indica que se trata de uma representação narrativa em que o participante representado (PR) realiza o processo comportamental “sorri”. A cabeça raspada é um elemento semiótico importante, pois indica um dos principais efeitos colaterais do tratamento quimioterápico contra o câncer, sugerindo que o PR está em tratamento contra a doença. Apesar da cabeça raspada, a expressão é de alegria, o que contrasta com a situação de quem é portador de uma doença grave como o câncer, sugerindo que o PR está enfrentando a situação de um modo diferente do que normalmente ocorre com muitos pacientes. Considerando a função interativa/interacional, a relação é de oferta, pois, na dimensão *ponto de vista*, o ângulo não é frontal. O PR está numa situação para ser observado ou apreciado. Já na dimensão *enquadre*, o plano médio constrói uma representação de proximidade, quase de intimidade, com o PI, o que pode sugerir que qualquer pessoa/leitor pode ter câncer. Na composição do texto imagético, o paciente Reynaldo Gianecchini é o elemento que recebe um grau de saliência maior e, portanto, é tido como merecedor de maior atenção por parte do leitor (PI), reforçando não só a ideia de que angulação está centrada no paciente, mas especialmente no paciente famoso que empresta sua

fama para realçar determinadas situações ou circunstâncias que outros pacientes de câncer estão vivendo ou que o próprio leitor, eventualmente, poderá um dia viver.

A representação apreendida a partir da análise da linguagem visual, ao ser articulada com a linguagem verbal, vai desvelando a representação. O título “*No espírito da cura*”, no entanto, é apenas sugestivo e pouco esclarecedor, pois somente apresenta a circunstância do que está sendo representado e que, nesse caso, pode ser compreendido metaforicamente como um modo de buscar a cura. A escolha do jornalista em elaborar o título (Figura 23) apenas com a circunstância – componente opcional do sistema da transitividade – pode ser interpretada como um recurso para provocar no leitor o desejo de ler o restante do texto e, assim, tornar-se conhecedor dos outros elementos do que está sendo representado: o(s) participante(s) e o(s) processo(s) – que são os componentes obrigatórios da oração.

Figura 23 – Exemplo de identificação da angulação.

**Medicina**

# NO ESPÍRITO DA CURA

Na luta contra o câncer no sistema linfático, o ator Reynaldo Gianecchini também recorre à cirurgia espiritual. Milhões de doentes graves aliam métodos alternativos ao tratamento convencional, agora com a aprovação da medicina, que reconhece os efeitos positivos dessa prática

**JOÃO BATISTA JR.**

Sábado, 20 de agosto. Vítima de um câncer no sistema linfático raro e agressivo, o ator Reynaldo Gianecchini, de 38 anos, estava internado havia quase um mês no Hospital Sírio-Libanês, em São Paulo. Sua mãe, Heloísa, e a irmã mais velha, Cláudia, faziam-lhe companhia no quarto 925. Às 4 e meia da tarde, o ator deitou-se na cama de lençóis recém-trocados. Ele vestia uma camiseta branca. De barriga para cima, os braços estendidos junto ao corpo, Gianecchini fechou os olhos. No criado-mudo, à direita do leito, um copo de água mineral coberto com um guardanapo de papel. Por quinze minutos, o silêncio foi absoluto. Simultaneamente, a 400 quilômetros da capital paulista, na cidade de Franca, no interior do estado, o médium João Berbel, de 56 anos, deu início a mais uma de suas cirurgias espirituais a distância. De jaleco azul-claro, estendeu-se sobre uma das trinta macas de um galpão de 200 metros quadrados do Instituto de Medicina do Além. Cerca de 400 pessoas acompanhavam o ritual. Eram parentes e amigos de uma centena de doentes em todos os cantos do Brasil. Entre eles, estavam os fios paternos do ator, Fausto e Roberta. Às 4 e meia, todos fecharam os olhos e "mentallizaram" a cura dos entes queridos. Não é preciso levar fotografia do enfermo ou revelar a graça a ser alcançada — basta estar na mesma "sintonia fluidica", como define o médium. "Formamos uma corrente mento-eletromagnética", diz Berbel. No dia seguinte ao procedimento espiritual, Gianecchini tomou a água mineral benzida pelo médium em três doses — antes do café da manhã, do almoço e do jantar. Em sua luta contra a doença, o ator conta com os melhores especialistas do Brasil e recursos médicos extraordinários. Ele não dispensa, contudo, o acompanhamento do médium Berbel. Desde 1996, o então mecânico elétrico Berbel diz ter começado a incorporar o espírito do clínico geral Ismael Alonso y Alonso, o "médico dos pobres" — prefeito de Franca.

82 | 21 DE SETEMBRO, 2011 | veja

PHOTO: GABRIEL

O **título** é constituído apenas por uma das categorias semânticas do sistema da transitividade: a **Circunstância**.

Na **linha de apoio**, o paciente (referido pelo nome próprio) está representado como participante que realiza o processo "recorrer" e, posteriormente, os outros pacientes (referidos pelo complexo nominal "milhões de doentes graves") são novamente instanciados como o participante da oração material que realiza

No **lead**, a narrativa está centrada no paciente.

No texto verbal da reportagem em questão, a primeira referência aos participantes e processos é feita na linha de apoio (Excerto 1<sup>65</sup>).

#### Excerto 1

Na luta contra o câncer no sistema linfático, o ator Reynaldo Gianecchini também recorre à cirurgia espiritual. Milhões de doentes graves aliam métodos alternativos ao tratamento convencional, agora com a aprovação da medicina, que reconhece os efeitos positivos dessa prática. (#23, 2011, p. 82).

A linha de apoio evidencia a angulagem centrada no(s) paciente(s), principalmente porque eles são representados como o participante de orações materiais (Ator), deflagrando três processos: “lutar” (nominalizado para luta), “recorrer” e “aliar”. Por outro lado, a medicina e o câncer aparecem como participantes secundários. A medicina, que, nesta situação, pode ser entendida como o conhecimento científico, é o participante que realiza dois processos: “aprovar” (nominalizado para aprovação) e “reconhecer”. Já a doença é referida apenas uma vez: pelo item lexical “*câncer*”, que realiza a função de Meta (participante que é afetado pelo processo/ação) na oração encaixada presente na circunstância “*na luta contra o câncer do sistema linfático*”.

O item lexical “*cura*” (o processo curar nominalizado) no título poderia ser interpretado como uma ênfase aos avanços científicos. No entanto, a fotografia de um do paciente famoso ocupando parte da página 82 e toda a página 83 (Figura 22), reforça a proeminência do(s) paciente(s) como a angulagem escolhida na representação. A escolha por essa angulagem também é explicitada no *lead* (em que o paciente famoso é referido) e na legenda da foto (Excerto 2), que está em destaque na texturização da reportagem.

#### Excerto 2

DEMONSTRAÇÃO DE CORAGEM – Com o sorriso largo que lhe é característico, Gianecchini fez sua primeira aparição pública na semana passada, desde que deixou o hospital. Ele raspou a cabeça antecipando-se a um dos efeitos colaterais mais comuns da quimioterapia, a queda dos cabelos. (#23, 2011, p. 83).

---

<sup>65</sup> Ao final de cada excerto e trechos citados para análise, serão mencionados, além de seu código, também o ano e a página de referência da reportagem.

Na legenda, novamente o paciente (Gianecchini) é instanciado como Ator, o participante das orações materiais que realiza os processos “fazer”, “deixar”, “raspar”, “antecipar” e “aparecer” (nominalizado para “aparição”). Gianecchini também é instanciado como o participante Comportante de uma oração comportamental que realiza o processo “sorrir”. No texto, o processo “sorrir” está nominalizado (“sorriso”) e encaixado numa Circunstância de modo “*Com o sorriso largo*”. Todas essas marcas textuais na legenda reforçam que o foco da angulagem dessa reportagem é o paciente, porque os processos (ações) são por ele realizados.

Desse modo, conforme os procedimentos acima exemplificados, mapeamos os textos das 25 reportagens. O mapeamento apontou que, normalmente, é na linha de apoio que a angulagem é delineada, esclarecendo o que o título e o texto visual sugerem. O título, em geral, é elaborado para suscitar a curiosidade do leitor, mas é a linha de apoio que desvela a temática abordada e que, ao longo do texto, vai sendo detalhada e explicada pela linguagem verbal e realçada por elementos imagéticos, como fotografias, ilustrações, linhas e boxes que fazem parte dos textos em cores diferentes.

Ao mapearmos o que está mais destacado textualmente, foi possível inferir os pontos que foram considerados mais relevantes, pelos editores da revista (a partir dos critérios de noticiabilidade), para “agendar” a temática “câncer” no cotidiano dos leitores da *VEJA* e que, portanto, foram salientados na abordagem. Os resultados desta análise apontam mudanças de angulagem ao longo das quatro décadas observadas. Na década de 1970, a abordagem esteve focada na doença. Nas décadas de 1980, 1990 e 2000, a ênfase foi dada às descobertas científicas; de 2010 a 2013, os pacientes foram privilegiados na angulagem.

Os dados resultantes dos procedimentos de mapeamento da angulagem estão sistematizados na Tabela 2, organizados por décadas, respectivas datas de publicação das reportagens de PC e angulagem temática identificada.

Tabela 2 – Mapeamento da angulagem temática.

REPORTAGEM	DATA DE PUBLICAÇÃO	DOENÇA	AVANÇOS CIENTÍFICOS	PACIENTES
REP 1	04.04.1973	✓		
REP 2	11.02.1976	✓		
REP 3	18.11.1981		✓	
REP 4	11.12.1985		✓	
REP 5	15.01.1986			✓
REP 6	17.04.1996	✓		
REP 7	13.05.1998		✓	
REP 8	02.09.1998		✓	
REP 9	24.01.2001			✓
REP 10	31.01.2001		✓	
REP 11	26.11.2003	✓		
REP 12	17.11.2004		✓	
REP 13	09.03.2005		✓	
REP 14	18.05.2005			✓
REP 15	15.02.2006		✓	
REP 16	20.06.2007		✓	
REP 17	16.01.2008		✓	
REP 18	22.10.2008		✓	
REP 19	06.05.2009			✓
REP 20	25.11.2009		✓	
REP 21	23.06.2010			✓
REP 22	21.07.2010			✓
REP 23	21.09.2011			✓
REP 24	09.11.2011			✓
REP 25	23.05.2013			✓
<b>TOTAL</b>		<b>04</b>	<b>12</b>	<b>09</b>

Na identificação da angulagem temática, constatamos ainda que, de um modo geral, as reportagens em que a ênfase está na doença apresentam informações a respeito de diferentes tipos de cânceres, normalmente os mais recorrentes/com maior número de casos. Apenas os cânceres de mama (#12, ed. 1880, 2004), e de próstata (#18, ed. 2083, 2008), geralmente identificados como cânceres de gênero<sup>66</sup>, receberam reportagem especial não pautada/agendada exclusivamente em razão de

<sup>66</sup> O câncer de mama também pode ser diagnosticado em homens.

terem sido diagnosticados em um paciente famoso. A abordagem de um câncer específico, em geral, foi agendada a partir de um paciente famoso. O câncer de laringe, por exemplo, foi abordado quando o ex-presidente Lula estava em tratamento (#24, ed. 2242, 2009). Os valores-notícia considerados como critérios de noticiabilidade para inserir a temática câncer na agenda da mídia não foram sempre os mesmos. De um modo geral, isso se dá pela combinação de valores-notícia. Em algumas reportagens, é possível identificar um valor-notícia proeminente, mas, em outras, é a combinação desses valores que torna a abordagem relevante.

Na próxima subseção, descrevemos os resultados da etapa de análise em que procuramos relacionar a angulação com os critérios de noticiabilidade estabelecidos a partir de valores-notícia.

#### 4.2.2 A angulação temática e os valores-notícia

A observação dos 25 textos nos apontou que o câncer é um tema que contempla praticamente todos os valores-notícia substantivos (relativos ao conteúdo), pois é um assunto de “interesse público/nacional”, de “interesse humano”, que “envolve um grande número de pessoas” e também, em algumas situações, decorre da “importância dos envolvidos”. Apesar da existência dessa combinação em praticamente todos os textos, foi possível identificar os valores-notícia em proeminência em cada uma das reportagens. No Quadro 4, apresentamos os resultados sistematizados, destacando os valores-notícia considerados em proeminência.

Quadro 4 – Relação entre angulação e valores-notícia.

(continua)

<b>Reportagem</b>	<b>Valores-notícia em ordem de proeminência</b>
<b>#1</b>	(1) interesse nacional/público; (2) número de pessoas envolvidas, (3) interesse humano
<b>#2</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano



(continuação)

<b>Reportagem</b>	<b>Valores-notícia em ordem de proeminência</b>
<b>#3</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#4</b>	(1) interesse público; (3) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano; (4) importância dos envolvidos
<b>#5</b>	(1) importância dos envolvidos; (2) interesse nacional; (3) interesse humano
<b>#6</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#7</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas
<b>#8</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas
<b>#9</b>	(1) interesse humano; (2) importância dos envolvidos; (3) interesse público
<b>#10</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#11</b>	(1) número de pessoas envolvidas; (2) interesse público; (3) interesse humano
<b>#12</b>	(1) número de pessoas envolvidas; (2) interesse público; (3) interesse humano
<b>#13</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas
<b>#14</b>	(1) interesse humano; (2) importância dos envolvidos; (3) interesse público
<b>#15</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#16</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#17</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas
<b>#18</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano
<b>#19</b>	(1) importância dos envolvidos; (2) interesse nacional; (3) interesse humano
<b>#20</b>	(1) interesse público; (2) número de pessoas envolvidas; (3) interesse humano

(conclusão)

<b>Reportagem</b>	<b>Valores-notícia em ordem de proeminência</b>
<b>#21</b>	(1) interesse humano; (2) importância dos envolvidos; (3) número de pessoas envolvidas; (4) interesse público
<b>#22</b>	(1) interesse humano; (2) interesse público; (3) número de pessoas envolvidas
<b>#23</b>	(1) importância dos envolvidos; (2) interesse humano;
<b>#24</b>	(1) importância dos envolvidos; (2) interesse nacional
<b>#25</b>	(1) importância dos envolvidos; (2) interesse humano; (3) número de pessoas envolvidas; (4) interesse público.

A identificação da proeminência dos valores-notícia adotados como critérios de noticiabilidade aponta mudanças ao longo do tempo. Inicialmente, os valores-notícia em proeminência são “interesse público/nacional” e “número de pessoas envolvidas” e estão relacionados com a angulação a partir da doença ou dos avanços científicos. Quando os valores-notícia “interesse humano” e “importância dos envolvidos” se tornam proeminentes, a abordagem do câncer passa a ser feita, principalmente, tendo como angulação o paciente.

Essa mudança, constatada a partir da observação dos valores-notícia, confirma uma mudança anteriormente identificada na análise-piloto (descrita no Capítulo 1), realizada com propósito de verificar a função léxico-gramatical do item lexical “câncer” nas manchetes de capa. Nessa análise, foi possível constatar que, na medida em que ocorrem mudanças na angulação temática, ocorrem também mudanças na função léxico-gramatical da palavra “câncer”. Nas primeiras décadas, quando a doença é proeminente na angulação temática, o item lexical câncer é predominantemente instanciado como Portador, Atributo, Identificado e Identificador (participantes de orações relacionais). Por meio de orações relacionais, é possível classificar, identificar, qualificar aquilo que está sendo representado (no caso, a doença).

Posteriormente, quando, na angulação temática, começam a predominar os avanços científicos e os pacientes, o item lexical “câncer” passa a ser instanciado predominantemente como Meta (participante das orações materiais a quem o processo é dirigido ou que é modificado pela ação). Tal fenômeno se coaduna com os pressupostos defendidos por autores que ancoram este estudo, em especial

Fairclough (2008), ao defender que as mudanças sociais que ocorrem não envolvem apenas a linguagem, mas podem ser identificadas pela linguagem.

### 4.2.3 As fases da representação do câncer

Nesta etapa, o nosso propósito não está centrado numa análise linguística propriamente, mas em reconstituir uma narrativa sobre o câncer (a doença, os avanços científicos e os pacientes) e, assim, melhor compreender em que contexto sócio-histórico a representação do câncer foi construída. Do sentido apreendido nos 25 textos, nessa narrativa que se construiu ao longo de 40 anos, foi possível sistematizar cinco fases, as quais denominamos: (1) fase de explicar a doença; (2) fase de acalantar esperanças; (3) fase de deflagrar guerra ao câncer e enfatizar a prevenção; (4) fase de comemorar vitórias da ciência; (5) fase de ressaltar o heroísmo dos pacientes.

#### 4.2.3.1 Década de 1970 – Fase de explicar a doença

A revista *VEJA* começou a ser publicada em 11 de setembro de 1968, mas a temática “câncer” só recebeu destaque em manchete de capa cinco anos depois, em abril de 1973. Na década de 1970, as duas reportagens publicadas e destacadas na capa por meio de manchete apresentam como angulação temática a doença. O foco da abordagem nas duas edições está centrado em explicar a doença e relatar as dificuldades de diagnóstico e de tratamento, além das incertezas que envolviam os cientistas. O texto da primeira reportagem especial publicada na revista *VEJA*, em 04 de abril de 1973, com o título “*Uma tragédia brasileira*” (#1, ed. 239), sugere que os conhecimentos científicos a respeito do câncer eram incipientes e a doença em suas diferentes manifestações apresentava elevados índices de mortes no Brasil (Excerto 3).

#### Excerto 3

[...] 200 000 brasileiros são anualmente sorteados, segundo estimativas oficiais, na sinistra loteria do câncer – um número que deverá saltar em 1975, pelos cálculos menos pessimistas, para 520 000 casos. Um terço dos pacientes morrerá no primeiro ano após contrair a doença, alguns serão definitivamente curados, outros terão um incerto período de sobrevivência. Mas, por trás dessas 200 000 histórias de dúvida angustiante, há duas tristes

certezas – a ignorância e a falta de recursos estão na base da tragédia brasileira do câncer. (#1, 1973, p. 44).

O texto da reportagem reúne informações e relatos sobre as tentativas do Brasil em elaborar o seu Plano Nacional de Combate ao Câncer. Nas manifestações das fontes/vozes, por meio de citação e relato, são salientadas as preocupações inerentes a uma doença grave e ainda pouco compreendida pela ciência. No texto, o jornalista usa a expressão “*contrair a doença*”, o que revela que, na época, o conhecimento científico não era capaz de afirmar com certeza se a doença era contagiosa ou não. No Brasil, segundo informações apresentadas na reportagem, outros aspectos agravavam a situação dos doentes. Apenas nas regiões Sudeste e Sul do país havia hospitais para atender pacientes de câncer e a estrutura, além de precária, era deficitária para atender a demanda.

No texto da reportagem, estão em destaque, em boxes, dados estatísticos sobre os cânceres com maior probabilidade de cura e os de maior incidência no país (colo uterino, pele, mama e cavidade bucal), além de relatar as primeiras tentativas governamentais de articular ações voltadas ao tratamento do câncer no Brasil. O texto salienta a ignorância de grande parte da população em relação a exames preventivos como o de colo uterino (Excerto 4), além do preconceito que envolvia os pacientes de câncer (Excerto 5).

#### Excerto 4

Mais do que a pobreza a causa principal dessa resistência é um pudor exagerado em relação ao exame ginecológico. [...] Motivo: vergonha das mulheres e resistência dos maridos. (#1, 1973, p. 47).

#### Excerto 5

Estes cancerosos, irrecuperáveis ou não, vivem sob a suspeita de que sofrem de um mal contagioso. (#1, 1973, p. 49).

O texto enfatiza que ser portador de câncer era sinônimo de dupla condenação: física e social. Uma pista que revela o preconceito está no *lead* da primeira reportagem. Os pacientes foram identificados apenas pelas iniciais de seus nomes. Não é possível afirmar se a escolha de mencioná-los assim foi uma decisão do jornalista ou um pedido dos próprios pacientes. De qualquer modo, revela que ser paciente de câncer, naquela época, era uma condição ou uma identidade que as pessoas preferiam manter em segredo ou na privacidade.

A segunda reportagem publicada na década de 1970, sob o título “*De onde vem o câncer*” (#2, ed. 388, 1976), apresenta resultados de “*estudos*” solicitados pela Sociedade Americana do Câncer e o Instituto Nacional do Câncer (EUA) e desenvolvidos por um grupo de conceituados cientistas da época. A linha de apoio da reportagem – “*as causas da doença podem estar fora do corpo – no ar, no sol, na comida, no ambiente*” (#2, 1976, p. 44) – resume as principais conclusões apresentadas em “*544 páginas do relatório, reunidas sob o título de “Pessoas Sob Alto Risco de Câncer”*” (#2, 1976, p. 44). No texto, é mencionado que os resultados de “*inúmeros estudos*” apontavam que o câncer cada vez mais se revelava como uma doença típica do meio ambiente, não exclusivamente causada por fatores hereditários, como se acreditava. O texto relata que tais estudos, baseados principalmente em estatísticas, apontam algumas coincidências que relacionam ambiente de trabalho, hábitos alimentares e estilos de vida com determinados tipos de câncer. Nessa reportagem publicada em 1976, a designação dos pacientes como “*vítimas*” é usada pela primeira vez no conjunto de textos que constituem o *corpus* de análise. Tal designação torna-se, a partir de então, como um sinônimo recorrente para os portadores da doença ou os que morreram por consequência dela.

Na década de 1970, a abordagem apresentada nos textos é claramente centrada em explicar a doença, numa tentativa de diminuir a ignorância e, por consequência, a estigmatização e o preconceito que envolvia os pacientes de câncer. Por isso, a denominamos como a “fase de explicar a doença”.

#### 4.2.3.2 Década de 1980 – Fase de acalantar esperanças

Na década de 1980, a angulação temática das reportagens sugere mudanças na realidade brasileira em relação ao câncer. Das três reportagens publicadas com destaque na capa, duas abordam descobertas científicas a respeito de drogas desenvolvidas para o tratamento da doença. A primeira, intitulada “*A esperança química*” (#3, 1981, p. 54) e a segunda, publicada a exatos quatro anos e um mês depois, apresentam a palavra “*esperança*” na manchete. O item lexical “*esperança*” é usado metaforicamente para referenciar as novas drogas que estavam sendo desenvolvidas para tratar a doença.

A segunda reportagem, com o título “*Um fio de esperança*” (#4, 1985, p. 60), anuncia novas descobertas no tratamento do câncer, repercutindo uma notícia

publicada na revista científica americana *The New England Journal of Medicine* sobre os resultados de um tratamento experimental desenvolvido pelo médico e pesquisador Steven Rosenberg. No texto da reportagem, é explicado que o novo método de tratamento se baseava numa terapia imunológica com interleucina-2, uma proteína produzida pelo próprio organismo humano, capaz de protegê-lo contra agressões externas. O texto ainda aponta que de 25 pacientes em estado terminal tratados desse modo, 11 haviam obtido a regressão da doença. A expressão “*fio de esperança*” no título da reportagem revela que o novo tratamento, embora se constituísse numa possibilidade incipiente, representava o prenúncio de avanços no entendimento e tratamento da doença (Excerto 6), definida como “*inimigo*” pelo jornalista.

#### Excerto 6

É certo, porém, que o princípio no qual a nova droga se baseia rompe uma área na qual o inimigo, até há pouco, estava seguro. (#4, 1985, p. 66).

O texto da reportagem destaca, ainda, informações sobre alguns estudos realizados por pesquisadores brasileiros envolvendo interleucina-2 e imunoterapia, além de relatos dos tratamentos do apresentador de televisão Chacrinha e do então Ministro da Fazenda, Dilson Funaro (mencionado nessa reportagem por ser um caso de tratamento bem-sucedido, mas que morreu em decorrência da doença em 1989).

Repetir consecutivamente a palavra “*esperança*” em duas manchetes de reportagens sobre o câncer pode ser interpretado como falta de criatividade dos editores da revista na elaboração de títulos ou a reafirmação de um sentimento acalentado por pesquisadores, médicos e pacientes: a esperança de que a ciência descobrisse a cura do câncer.

Ainda na década de 1980, a revista *VEJA* estampou, pela primeira vez, um paciente na capa (edição de 15 de janeiro de 1986). A proeminência do paciente na capa e no texto da reportagem certamente só se deu em razão de sua condição de homem público, pois o fato de o então ministro da Fazenda, Dilson Funaro, estar com câncer, reunia “valores-notícia” importantes, a ponto de ser assim destacado. A reportagem especial, intitulada “*Um drama em dois atos*” (#5, 1986, p. 16), aborda a repercussão da notícia do retorno de um câncer linfático que afligia Dilson Funaro. O texto relata que o ministro já havia se submetido a um tratamento em 1982. Inclusive, em reportagem publicada em dezembro de 1985, Funaro é mencionado como um

paciente curado do câncer. No entanto, no mês seguinte, uma nova reportagem anuncia que a doença voltara. O título não explicita a angulagem centrada no paciente, um dos homens públicos mais importantes do Brasil na época. É na linha de apoio que angulagem é delineada (Excerto 7).

#### Excerto 7

O ministro Funaro inicia em Nova York o tratamento para lutar contra o câncer que outra vez o ataca e lança dúvidas sobre a economia. (#5, 1986, p. 16).

O texto do *lead* (Excerto 8) narra o momento em que Funaro recomeça o tratamento. Num tom “enunciativo”, o jornalista reconstrói, no texto, aquele momento vivido por Funaro como se o tivesse presenciado.

#### Excerto 8

No início da noite da última sexta-feira, numa suíte de hotel em Nova York, o ministro Dilson Funaro tomou um após outro, dezessete comprimidos de dois medicamentos – e recomeçou concretamente com essa salva maciça de disparos químicos, a combater dentro do organismo, o câncer que o aflige há mais de três anos, (*sic*) parecia estar sob controle e, conforme veio a público apenas na semana passada, reapareceu pouco antes do Natal. (#5, 1986, p. 16).

No restante do texto, são detalhados conhecimentos a respeito do tipo de câncer que afligia Funaro (câncer linfático) e as formas de tratamento adotadas. Por meio de relatos do próprio ministro, dos familiares, dos médicos e de políticos da época, o texto procura reconstituir cada momento vivido pelo paciente desde que recebeu o diagnóstico de recidiva do câncer. A reportagem relata que a notícia da doença de Funaro repercutiu sobre a bolsa de valores, derrubando preços das ações, quase paralisando o mercado financeiro, e levantando dúvidas em torno do futuro da economia nacional, caso ele deixasse o cargo.

O acontecimento, de acordo com o texto da reportagem, suscitou o debate a respeito dos limites entre um homem público e sua situação de saúde. Na reportagem, alguns políticos apresentam seus posicionamentos sobre o caso, alegando que seria um erro assumir um cargo público sem estar em plenas condições de saúde, e criticam a atitude de Funaro em viajar, mesmo doente, aos Estados Unidos, para negociar a dívida externa. No texto, mesclam-se questões políticas e científicas, vida pública e vida privada, sinalizando que a abordagem de temáticas científicas não está alijada

de outros aspectos da vida social e que conhecimentos científicos podem se constituir em argumentos em discussões de outros âmbitos.

Por meio da análise do(s) discurso(s) apreendido(s) nos textos e do uso destacado e recorrente do item lexical “esperança” em manchete de duas das três reportagens publicadas, denominamos a década de 1980 como a “fase de acalentar esperanças”.

#### 4.2.3.3 Década de 1990 – Fase de deflagrar guerra ao câncer e enfatizar a prevenção

Após um lapso de dez anos, o tema câncer voltou à capa da revista *VEJA* em abril de 1996. A manchete da primeira de três reportagens publicadas na década de 1990 anuncia aos leitores que a ciência médica estaria deflagrando uma “guerra”. A reportagem publicada com o título “*A guerra ao câncer*” (#6, 1996, p. 76) salienta, na linha de apoio, que “*A medicina mobiliza os avanços da ciência na luta contra o inimigo, que desafia os esforços da prevenção e chegará ao próximo século como a doença que mais mata no mundo*” (#6, 1996, p. 76). O texto da reportagem relata avanços no combate ao câncer, como a queda de mortalidade dos cânceres da idade infantil (como a leucemia), a melhoria da qualidade de vida dos doentes e a adoção de cirurgias menos mutiladoras (como a quadrantectomia, realizada quando o câncer de mama é diagnosticado em estado inicial). No entanto, também enfatiza a letalidade da doença, inclusive por meio de dados estatísticos sobre os números de casos diagnosticados e de óbitos destacados em box sob o título “*Qual câncer mata mais*” (#6, 1996, p. 80). A reportagem aponta que o aumento da expectativa de vida no país estava entre as principais causas para o aumento dos casos da doença, uma vez que a velhice é considerada um dos fatores de risco. Outro aspecto enfatizado na reportagem é o fato de o câncer ser uma doença dos genes que, por motivos externos ou internos, sofrem mutações descontroladas, originando, assim, a doença. A abordagem procura explicar o que é o câncer e desmitificar a ideia de que poderia ser uma doença da alma. O texto apresenta um quadro sobre os cânceres mais letais do país (informando fatores de risco, prevenção, diagnóstico precoce, sintomas e tratamento) e relata exemplos de pacientes que alcançaram a cura.

A reportagem publicada com o título “*Na rota da cura*” (#7, ed. 1546, 1998) repercute a notícia que foi manchete nos principais jornais de todo o mundo, anunciando os resultados positivos de um experimento realizado pelo médico norte-



americano, Dr. Judah Folkman, da Universidade de Harvard. O complexo nominal que constitui a manchete sugere que angulagem está centrada em ações ou caminhos que a ciência estaria percorrendo para encontrar a cura da doença. A angulagem centrada em descobertas científicas pode ser identificada na linha de apoio (Excerto 9) e em citações de outros pesquisadores destacadas junto à manchete.

#### Excerto 9

Judah Folkman desenvolve drogas capazes de erradicar todos os tipos de tumor em ratos. Ainda neste ano começam os testes em humanos. (#7, 1998, p. 105).

Em citações, destacadas logo abaixo da linha de apoio (#7, 1998, p. 105), passagens como “*as pesquisas são notáveis*”, “*não há nada tão excitante no horizonte do tratamento do câncer*” e “*da mesma forma que Charles Darwin, Folkman será lembrado como um cientista que mudou a civilização para sempre*” reforçam a sugestão de que a angulagem da reportagem são os avanços científicos, embora, na mesma página, dados sobre número de mortes causadas pelo câncer em comparação a outras doenças estejam sistematizados e destacados em box. O texto explica que o experimento de Folkman, realizado por meio da combinação de duas novas drogas (angioastina e endostatina), conseguiu erradicar todos os tipos de tumor em ratos. Os resultados dessas pesquisas causaram, segundo o texto da reportagem, “*uma onda de otimismo no mundo inteiro*” (#7, 1998, p. 104), e, embora não tivesse sido testada em seres humanos, a descoberta de Folkman foi considerada por muitos cientistas, na época, como a cura definitiva para o câncer. Em destaque no texto, uma citação do cientista James Watson, um dos descobridores da estrutura molecular do DNA, avalia com otimismo a novidade científica (Excerto 10).

#### Excerto 10

“Da mesma forma que Charles Darwin, Folkman será lembrado como o cientista que mudou a civilização para sempre”. (#7, 1998, p. 105).

Naquele mesmo ano, uma semana após o 17º Congresso Internacional de Câncer, realizado no Rio de Janeiro, uma nova reportagem é publicada. O texto da reportagem com o título “*Cardápio da vida*” (#8, ed. 1562, 1998) apresenta resultados

de “*estudos*” e “*pesquisas*”<sup>67</sup> que associam hábitos alimentares ao surgimento de determinados tipos de câncer e que, por outro lado, relacionam a ingestão de determinados alimentos à prevenção de algumas formas da doença. A estratégia para conferir credibilidade às informações científicas apresentadas genericamente por “*estudos*” e “*pesquisas*” é construída por meio da mobilização de vozes de especialistas brasileiros que comentam – e corroboram – tais informações. A linha de apoio “*alimentos ricos em fibras e vitaminas, como frutas, verduras e grãos, diminuem os riscos de câncer*” (#8, 1998, p. 108) explicita a angulação da reportagem, focalizada nos conhecimentos desenvolvidos que poderiam contribuir para a prevenção da doença.

A reportagem destaca um estudo realizado pelo epidemiologista inglês Richard Doll confirmando que uma dieta a base de frutas, verduras, legumes e grãos e baixa quantidade de calorias e gorduras pode prevenir 35% dos casos de câncer, bem como ajudar a regredir a doença, caso já esteja instalada no organismo. Ao longo do texto, os processos “prevenir”, “reduzir” e “riscos” (processo arriscar nominalizado) estão em destaque em boxes e também em pequenos trechos (“olho”) destacados em negrito e combinados com fotografias de legumes, frutas e verduras (Figura 24). A articulação da linguagem verbal com a linguagem imagética é uma estratégia importante no gênero reportagem na mídia impressa para dar saliência a determinadas informações.

O texto apresenta explicações sobre quais alimentos, se consumidos em excesso, estão associados ao câncer e traz informações sobre um programa alimentar destinado à prevenção da doença desenvolvido pelo Serviço de Informação sobre Nutrição do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos.

---

<sup>67</sup> Os títulos das pesquisas não são mencionados no texto, apenas referidos pelos itens lexicais “estudos” e “pesquisas”.

Figura 24 – Exemplo de articulação da linguagem verbal e imagética para realçar informações.

**Alface**  
Suas fibras podem reduzir o risco de câncer de colon e de reto

o catálogo  
Quando se q  
soa não te  
não tem sal  
As nossas comidas estão entre as mais salgadas do mundo. E isso é mau, dizem as novas pesquisas. Significa que, a partir de agora, a comida tem de ter aque sem graça de hospital? Não reduzir as doses. Mas é pro é-lo. Moyses Szklo, prof epidemiologia da unive americana Johns Hopkin das mais respeitadas do explica que o sal irrita a mu sistema digestivo. Também atrofia desse tecido. Com o passar dos anos, causa lesões perigosas, porque muito suscetíveis à bactéria cancerígena *Helicobacter pylori*. Szklo baseia suas afirmações num curioso estudo feito no Japão sobre a relação entre a queda dos casos de câncer no estômago e o aumento do número de geleadeiras a partir da década de 50. A disseminação dos refrigeradores nas casas fez decrescer os índices da doença, que caíram de quarenta víti-

queiros brasileiros. Já se provou que sal demais aumenta os riscos de câncer, particularmente do estômago, nariz e garganta. Por fim, churrasco é igual a gordura que não acaba mais. É triste, mas deve-se deixar de lado a picanha, a maminha, a alcatra, o lombinho e todos os pitêus do gênero (para quem não consegue nem imaginar essa hipótese, a página 112 traz algumas dicas de como amansar o veneno grelhado).

**Sabor de hospital** — Comida sem sal? Só faltava essa. O tempero é tão importante que saiu da gastronomia para

**A saúde entra pela boca**

O Serviço de Informação sobre Nutrição do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos desenvolveu um programa alimentar baseado em sete diretrizes de uma dieta saudável. O programa divide os alimentos em seis grupos, e para cada um deles estabelece as quantidades que devem ser ingeridas diariamente por tipo de pessoa. Leva em conta idade, sexo e nível

**AS DIRETRIZES DO PROGRAMA SÃO**

- 1 Dieta variada
- 2 Peso saudável
- 3 Pouca gordura, gordura saturada e colesterol
- 4 Dieta rica em vegetais, frutas e grãos
- 5 Açúcar com moderação
- 6 Pouco sal na comida
- 7 Moderação na ingestão de bebidas alcoólicas

Os alimentos são divididos em seis grupos, e para cada um deles são estabelecidas as porções diárias necessárias para cada tipo de pessoa

	GRUPO 1 Alimentos feitos a partir de grãos (pão, cereal, arroz e massa)	GRUPO 2 Vegetais (legumes e verduras)	GRUPO 3 Frutas
<b>1 PORÇÃO =</b>	1 fatia de pão ou 30 gramas de cereal matinal ou 1/2 xícara de cereal cozido, arroz ou massa	1 xícara de verduras frescas ou 1/2 xícara de legumes fatiados, crus ou cozidos ou 3/4 de xícara de suco de legumes ou verduras	Uma maçã média ou banana ou laranja ou 1/2 xícara de frutas cortadas e cozidas ou em calda ou 3/4 de xícara de suco de frutas
Mulheres de vida menos ativa e idosos	6 porções	3 porções	2 porções
Crianças, adolescentes do sexo feminino, mulheres ativas, maioria dos homens	9 porções	4 porções	3 porções
Adolescentes do sexo masculino, homens ativos	11 porções	5 porções	4 porções

Em boxes, o uso de fios e letras em cores diferentes do restante do texto também são recursos para realçar o que está sendo representado.

Na década de 1990, foram publicadas três reportagens com destaque na capa. Uma das reportagens foi abordada pelo ângulo da doença e as dificuldades para diagnosticá-la precocemente; nas outras duas, as descobertas científicas, especialmente os novos conhecimentos desenvolvidos para ajudar a prevenir a doença. Pelas ações ofensivas e defensivas em relação ao câncer, denominamos essa década como a fase de “deflagrar guerra ao câncer e enfatizar a prevenção”.

#### 4.2.3.4 Década de 2000 – Fase de comemorar vitórias da ciência

A década de 2000 pode ser identificada como um período de comemorar “*triumfos*” (#12, 2004, p. 150) e “*vitórias contra o câncer*” (#13, 2005, p. 80) obtidos

pela ciência. Neste período, o “câncer” chegou à capa 12 vezes, e, em sete, a abordagem é construída principalmente pelos avanços no conhecimento científico relacionados ao tratamento e também à prevenção da doença (técnicas/procedimentos para o diagnóstico precoce e formas para prevenir a doença). Os textos, de certo modo, enfatizam que a plena compreensão da doença ainda era uma meta não alcançada, mas os esforços na prevenção e tratamento haviam conquistado avanços importantes, especialmente, para alguns tipos de câncer.

Um exemplo é a reportagem intitulada “*O que funciona contra o câncer*” (#10, ed. 1685, 2001), quando a doença (segundo a reportagem) alcançava a marca de 1 milhão de casos por ano no país. O texto ressalta que as chances de sobrevivência dos pacientes aumentaram significativamente desde a década de 1970, com a elaboração de drogas específicas, o aperfeiçoamento da quimioterapia e o desenvolvimento de novos exames, cirurgias mais eficientes e novos aparelhos para diagnosticar a doença. O Brasil de 2001 – diferente da situação relatada no texto da reportagem “*Uma tragédia brasileira*” (#1, ed. 239, 1973) – já havia conseguido implantar centros de excelência no tratamento do câncer em muitas cidades do país. A reportagem sistematiza essas informações, apresentando as terapias experimentais e as tradicionais usadas contra a doença. Aborda ainda os tratamentos que não obtiveram os resultados esperados, como as drogas antiangiogênicas de Judah Folkman, consideradas inicialmente como a grande revolução no tratamento do câncer e que ocuparam as manchetes dos mais importantes jornais do mundo em 1998, inclusive na própria revista VEJA (#7, ed. 1546) sob o título “*Na rota da cura*”. O texto da reportagem publicada em 2001 estabelece implicitamente um “diálogo” com os textos de outras reportagens anteriormente publicadas pela revista.

Outra reportagem que exemplifica a abordagem otimista, na década de 2000, em relação à prevenção e ao tratamento da doença foi publicada com o título “*Os triunfos sobre o câncer de mama*” (#12, ed. 1880, 2004). O texto ressalta que, embora (na época) o número de mortes pela doença ainda fosse elevado no país, o diagnóstico de um câncer de mama já não significava uma “*sentença de morte*” (#12, 2004, p. 150) e as chances de cura chegavam a 90%. A principal causa do aumento da sobrevivência, segundo a reportagem, era o diagnóstico em fase inicial, devido à difusão maciça da mamografia, bem como outros métodos mais precisos de diagnóstico. A reportagem evidencia, ainda, a adoção de métodos cirúrgicos mais

eficazes e menos mutiladores voltados a proporcionar mais qualidade de vida às pacientes, que são referidas como “vitoriosas” (#7, 2004, p. 154).

Os textos dessas e de outras reportagens publicadas nessa década – “*A nova química do sangue*” (#13, ed. 1895, 2005); “*A saúde está na mesa*” (#15, ed. 1943, 2006); “*A esperança das terapias-alvo*” (#16, ed. 2013, 2007); “*Sol – modo de usar*” (#17, ed. 2043, 2008) – evidenciam que as pesquisas científicas desenvolveram conhecimentos capazes de diminuir os riscos de desenvolvimento da doença ou de diagnosticá-la o mais cedo possível, aumentando as chances de cura. Na reportagem intitulada “*A nova química do sangue*” (#13, ed. 1895, 2005), são destacados os avanços no campo da medicina preventiva, mais especificamente os novos métodos de análise sanguínea. De acordo com o texto, entre as doenças que tais exames são capazes de diagnosticar ou prever, encontram-se os cânceres de mama, ovário e intestino.

Em outra reportagem, intitulada “*A saúde está na mesa*” (#15, ed. 1943, 2006), a ênfase é dada a controvérsias entre “estudos” realizados com o propósito de estabelecer relações entre dieta saudável e a prevenção de doenças, inclusive o câncer. O texto aborda resultados de pesquisas científicas que apresentam resultados controversos e estabelece a discussão sobre a metodologia adota nesses estudos (Excerto 11).

#### Excerto 11

Um novo estudo questiona os benefícios da dieta na prevenção de doenças como o câncer. Mas ele é cheio de falhas. Acredite: há alimentos que podem, sim, ajudá-lo a ter uma vida mais saudável. (#15, 2006, p. 65).

A controvérsia provocada pelos resultados e métodos científicos pode ser identificada no texto dessa reportagem em expressões destacadas em títulos de boxes “*Tira-teima – Como fazer escolhas mais saudáveis à mesa*” (#15, 2006, p. 66) ou em tópicos em destaque nos boxes como “*Café ou chá preto?*”, “*Alho ou cebola como tempero?*”, “*Salmão ou camarão?*”, “*Manteiga ou margarina?*” (#15, 2006, p. 66-p.67). O próprio título da reportagem “*A saúde está na mesa*” é polissêmico, pois pode estar se referindo aos alimentos (que são levados à mesa para serem consumidos e que podem promover a saúde) ou ao tema (resultados das pesquisas) que está sendo posto em discussão.

Outra controvérsia relacionada aos conhecimentos científicos sobre o câncer, mais precisamente sobre formas de prevenção e diagnóstico, foi o tema da reportagem publicada em novembro de 2009, intitulada “*Médicos ou economistas?*” (#20, ed. 2140, p.110). O texto repercute a determinação de especialistas da *A U.S. Preventive* – que orientam o governo americano nas suas diretrizes de saúde – recomendando mudanças na periodicidade das mamografias. Em vez de exames anuais a partir dos 40 anos, a “*força-tarefa*” sugeria exames bienais a partir dos 50 anos, alegando que as mamografias são mais eficazes na detecção a partir dos 50 anos. O texto enfatiza que do ponto de vista econômico, tal orientação faria uma grande diferença nos cofres públicos, mas, do ponto de vista médico, causou desorientação para milhões de pacientes dos EUA e de outros lugares do mundo. A reportagem destaca a importância da prevenção e dos exames a partir dos 40 anos e aconselha às leitoras da revista a manter a antiga orientação preventiva (Excerto 12).

#### Excerto 12

Portanto, você leitora de menos de 50 anos, ignore o que foi publicado nos EUA e siga fazendo sua mamografia anual (#20, 2009, p. 111).

A discussão sobre a validade, ou não, do resultado de determinadas pesquisas, ao entrar na agenda midiática, reafirma também que a ciência se constitui num tema de interesse jornalístico, ajudando o leitor na tomada de decisões.

Em 2008, a reportagem intitulada “*O início de uma nova era*” (#18, ed. 2083, p. 99) destaca os avanços no tratamento do câncer de próstata. O título, ao anunciar tais avanços, sugere algo que se trata de um marco histórico. A abordagem, mais bem delineada na linha de apoio da reportagem (Excerto 13), esclarece sobre o que o texto trata.

#### Excerto 13

Uma revolução está em curso no controle do câncer de próstata. Com diagnósticos mais precoces, tratamentos mais eficazes e mudanças no comportamento masculino, fecha-se o cerco à doença. (#18, 2008, p. 101).

O texto da reportagem enfatiza a importância dos conhecimentos científicos desenvolvidos, permitindo a cura de muitos pacientes. Em duas legendas, os complexos nominais “*final feliz*” (p. 99) e “*vitória da vida*” (p. 100) realçam os bons

resultados obtidos pela ciência. Nas páginas subsequentes, outros complexos nominais destacaram, em títulos de boxes, as informações oferecidas ao leitor sobre o que é preciso (e quando) fazer para diagnosticar e tratar o câncer de próstata: “*As armas da detecção*” (p. 102), “*As opções de tratamento*” (p.104), “*...E como utilizá-las da melhor forma*” (p. 105). Nos textos de muitas reportagens dessa fase em que são destacados os avanços da ciência, constatamos que, ao explicar os conhecimentos científicos e sua aplicabilidade, reforça-se o fenômeno que Fairclough (2008) denomina de “marketização”, um fenômeno que discutiremos na seção 5.4.

Nos textos de algumas reportagens publicadas na década de 2000, foi possível percebermos o começo de uma importante mudança de angulação. Os efeitos nefastos da doença deixam de ser destaque, em razão de os avanços científicos permitirem uma compreensão mais precisa sobre como se dá o desenvolvimento do câncer. A novidade passa a ser, além dos avanços da ciência, a mudança de atitude dos pacientes. Nessa década, três (3) reportagens destacam o(s) paciente(s), sendo que duas enfatizam o caso de pacientes que assumiram sua condição de forma pública, numa aparente tentativa de mudar, inclusive, a representação da doença. O texto da reportagem publicada com o título “*O efeito da fama*” (#9, ed. 1684, 2001) elogia a postura de pacientes famosos no enfrentamento da doença, sugerindo que uma postura proativa dos doentes pode contribuir para o sucesso do tratamento e a diminuição da estigmatização e do preconceito em relação ao câncer. A reportagem foi publicada quando o Brasil assistia à telenovela “*Laços de Família*”, da rede Globo, acompanhando a história de uma paciente de leucemia. O texto da reportagem menciona o drama da novela e aborda o impacto que os exemplos de casos de câncer de personalidades famosas têm sobre os pacientes que estão em tratamento da mesma doença. Na reportagem, são relatadas experiências de pacientes que acompanhavam a situação de famosos, como o então governador de São Paulo, Mário Covas (também em tratamento contra o câncer), tomando suas atitudes como exemplo para conviver com o câncer. Especialistas e artistas (Excerto 14) comentam a importância de uma abordagem da mídia sobre o câncer, bem como a importância de figuras públicas assumirem a doença como uma forma de lidar com o câncer com naturalidade.

#### Excerto 14

"A palavra câncer ainda é um tabu. Mas, quanto mais se fala no assunto, isso muda. A doença é curável e essa informação tem de ser passada", diz Glória [Menezes], que, como Carolina Dieckmann, raspou a cabeça por amor à arte. (#9, 2001, p. 39).

O texto da reportagem menciona que, desde a apresentação da doença da personagem na novela, o número de pessoas em busca de exames aumentara consideravelmente.

Outra reportagem com ênfase nos pacientes foi publicada sob o título "*O fim dos mitos*<sup>68</sup> sobre o câncer" (#14, ed. 1905, 2005). O texto destaca a atitude de pacientes de câncer, como o ator Raul Cortez (Excerto 15), que refutam a condição de "vítimas".

#### Excerto 15

"Não quero que ninguém tenha pena de mim. Isso é a pior coisa para um paciente de câncer". (#14, 2005, p. 81).

O texto da reportagem destaca os avanços dos últimos vinte anos (1985 a 2005), que permitiram uma melhor compreensão sobre o câncer e as novas formas de tratamento, e sugere que o tabu em relação ao câncer estava chegando ao fim. Embora a reportagem também aborde questões relacionadas ao câncer e às formas de tratamento, a angulação temática privilegia os pacientes e as posturas que adotam e sugere que os mitos e os estigmas que envolvem a doença estariam chegando ao fim (Excerto 16).

#### Excerto 16

Nos últimos vinte anos, a medicina venceu várias batalhas contra a doença e passou a entendê-la melhor. Com isso, os estigmas que cercam esse mal também estão sendo demolidos. (#14, 2005, p. 78).

---

<sup>68</sup> "Um *mito* [grifo do autor] pode ser entendido como uma narrativa de caráter simbólico-imagético, relacionada a uma dada cultura, que procura explicar e demonstrar, por meio da ação e do modo de ser das personagens, a origem das coisas (do mundo; dos homens; dos animais; das doenças; dos objetos; das práticas de caça, pesca, medicina entre outros; do amor; do ódio; da mentira e das relações, seja entre homens e homens, homens e mulheres e mulheres e mulheres, humanos e animais; enfim, de qualquer coisa fantasiosa que seja)". Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Mito>>. Acesso em: 27 jun. 2015.



Ainda nessa década, a reportagem publicada sob o título “*Câncer no palanque*” (#19, ed. 2111, 2009) apresenta o paciente em proeminência. A angulação temática está centrada na então pré-candidata à Presidência da República, Dilma Rousseff. A reportagem é organizada em dois momentos (e textos) diferentes: o primeiro, voltado a questões e implicações políticas; o segundo, direcionado a explicar a doença de Dilma, além do tratamento e o prognóstico. Com base em conhecimentos científicos a respeito do tipo de câncer diagnosticado na pré-candidata, do estágio da doença e do tratamento ao qual ela estava sendo submetida, o texto sugere que o governo e os marqueteiros de Dilma estariam usando o episódio para sensibilizar os eleitores e, por consequência, conquistar votos. Na linha de apoio do primeiro texto, o jornalista explicita a abordagem (Excerto 17).

#### Excerto 17

O governo tenta transformar um assunto grave e delicado, a doença da ministra Dilma Rousseff, em trunfo para a campanha presidencial do próximo ano. (#19, 2009, p. 58).

Para construir essa perspectiva de abordagem centrada no paciente e no possível uso da doença para fins eleitorais, o jornalista, no segundo texto, sistematiza conhecimentos a respeito do câncer linfático que havia sido detectado na ministra-candidata. A reportagem procura evidenciar que esse tipo de câncer, quando detectado em estágio inicial, como no caso de Dilma, é facilmente curável (Excerto 18).

#### Excerto 18

Apesar de agressivo é o tipo de tumor que melhor responde à quimioterapia – pelo menos 99% dos pacientes são dados como curados em dois anos. (#19, 2009, p. 67).

Os conhecimentos científicos sobre a doença são mobilizados no texto como argumento para desmitificar a letalidade desse tipo de câncer e, por consequência, a aura de força e de capacidade que os aliados políticos de Dilma tentavam construir em relação à própria ministra-candidata, o que pode ser constatado nos Excertos 19 e 20.

### Excerto 19

“Dilma é guerreira e lutadora. Em seis meses essa doença será passado e ela sairá fortalecida, mais humanizada e preparada para ser presidente. O brasileiro é sentimental, todos vão torcer por ela.” Gim Argello, líder do PTB no Senado. (#19, 2009, p. 62).

### Excerto 20

“Se a questão da saúde de Dilma for encaminhada positivamente, reforçará a imagem de que ela venceu a ditadura, a tortura e o câncer”. Romero Jucá, líder do governo no Senado (#19, 2009, p. 64).

Nos textos publicados na década de 2000, constatamos que os conhecimentos científicos a respeito do câncer suscitaram discussões de caráter científico, social, econômico e político. As discussões apontam o quanto os conhecimentos científicos estão inter-relacionados com outros âmbitos da vida social. A década de 2000, até pelo maior número de reportagens publicadas, foi um período de discutir os conhecimentos científicos e, principalmente, de comemorar os avanços da ciência. Em razão disso, denominados esse período como a fase de “comemorar vitórias da ciência”.

#### 4.2.3.5 Década de 2010 – Fase de ressaltar o heroísmo dos pacientes

No período de 2010 a maio de 2013, a angulação temática com ênfase nos pacientes, iniciada na década de 2000, é consolidada. As cinco (5) reportagens abordando o assunto “câncer”, com destaque na capa, em manchetes ou chamadas secundárias, apresentam como angulação temática o paciente (famosos ou não) – “*Uma vitória da vida*” (#21, ed. 2170, 2010); “*O labirinto é a saída*” (#22, ed. 2174, 2010); “*No espírito da cura*” (#23, ed. 2235, 2011); “*O grande adversário de Lula: o câncer*” (#24, ed. 2242, 2011); “*O valor maior de Angelina*” (#25, ed. 2322, 2013). Nessas reportagens, o conhecimento científico é mobilizado e, por consequência, popularizado, para explicar por que determinadas atitudes dos pacientes em questão podem ser aceitas como adequadas, reprovadas ou elogiadas.

A reportagem intitulada “*O labirinto é a saída*” (#22, ed. 2174, 2010) destaca histórias de pacientes norte-americanos em estado terminal que decidiram se submeter a tratamentos com drogas experimentais como a última esperança de cura. O texto informa que, naquele ano, havia 2.900 drogas em teste ou esperando aprovação para entrar no mercado (destas, 800 contra o câncer) e 8.000 estudos

clínicos estavam abertos para receber novos pacientes. A linha de apoio (Excerto 21) explicita a angulagem centrada em pacientes não famosos, mas não menos importantes.

#### Excerto 21

A derradeira cartada de um doente terminal sem esperanças é ser admitido como cobaia em testes de drogas experimentais nunca antes usadas em seres humanos. É uma loteria. Mas, para muitos pacientes, isso resulta em prolongar a vida. (#22, 2010, p. 95).

A expressão “*derradeira cartada*” metaforicamente representa processos mentais como “decidir”, “tentar” ou “apostar” numa situação em que praticamente não há alternativa. Ao longo do texto, vai sendo explicado que os estudos seguiam basicamente duas linhas de investigação no tratamento do câncer. Uma voltada ao desenvolvimento de drogas que induzissem as células cancerosas à morte natural e outra que tentava neutralizar a capacidade de o tumor desenvolver vasos sanguíneos. Ser cobaia de um desses experimentos, segundo o texto da reportagem, não era garantia de cura, mas, mesmo assim, muitos pacientes decidiram se submeter aos testes. O texto da reportagem relata as histórias de alguns desses pacientes. A atitude dos pacientes, considerada corajosa, é enfatizada também em outras reportagens dessa fase.

Em 2011, a postura do ator Reynaldo Gianecchini diante da doença e do tratamento também é avaliada pela reportagem como “*demonstração de coragem*” (no texto da legenda (#23, 2011, p. 83)). Além de destacar a coragem do paciente famoso, a reportagem intitulada “*No espírito da cura*” (#23, ed. 2235, p. 82) aborda formas alternativas de tratamento. O texto da reportagem salienta que o exemplo do ator (diagnosticado com um linfoma Não-Hodgkin), que recorreu à medicina e à espiritualidade para tratar a doença, ilustra uma prática cada vez maior entre os pacientes com câncer: aliar o tratamento convencional a tratamentos de cunho espiritual. A reportagem explica (e avalia) como “compreensível” o uso desses métodos considerados não convencionais e que, segundo o texto, “*são aceitos por boa parte dos médicos e adotados por 80% dos pacientes oncológicos*” (#23, 2011, p. 84). Embora a angulagem temática enfatize os pacientes, o texto mobiliza conhecimentos científicos e crenças, destacando, inclusive, a proposta de uma nova abordagem no tratamento da doença (Excerto 22), feita por médicos, como o norte-

americano Brian Berman, fundador do Centro de Medicina Integrativa da Universidade de Maryland, a primeira instituição de ensino nos Estados Unidos a abrir as portas às terapias complementares.

### Excerto 22

“É preciso pôr o doente, e não a doença, no centro da discussão”. (#23, 2011, p. 86).

A abordagem da temática câncer, a partir de casos de pacientes famosos, parece ter oportunizado a abertura de um espaço de discussão sobre formas de prevenir e tratar a doença, além do respeito à decisão dos pacientes nos rumos de seu tratamento. O texto da reportagem “*No espírito da cura*”, assim como o texto de outra reportagem publicada em 2013, que apresenta a [virtual] paciente Angelina Jolie como angulação temática, salienta que os pacientes começam a participar da tomada de decisões sobre a forma de tratar (ou prevenir) a doença, assumindo posições de protagonismo – e até heroísmo – nas escolhas e ações.

O acontecimento, destacado em reportagem publicada com o título “*O valor maior de Angelina*” (#25, ed. 2322, p. 90), aborda conhecimentos científicos sobre formas de prevenir e tratar um tipo de câncer de mama provocado pela mutação do gene BRCA1. Tais conhecimentos foram sistematizados pelo jornalista para explicar (além de avaliar, justificar) (Excerto 23) aos leitores por que a atitude da atriz (e de outras mulheres que já tomaram a mesma decisão) pode ser considerada heroica.

### Excerto 23

A angústia e o medo embutidos na escolha de Angelina são difíceis de avaliar por quem nunca esteve na linha de tiro dessa condenação genética à morte. Decidir extirpar as duas mamas é uma maneira radical, mas compreensível de afastar a sentença fatal. O heroísmo de Angelina está em expor publicamente sua decisão. Mesmo com os processos atuais de reconstrução de mama tendo atingido a quase perfeição cosmética, a escolha natural para uma atriz de beleza primal seria esconder a intervenção. Agora que todos sabem da cirurgia, será que os olhos dos fãs vão procurar imperfeições quando forem exibidas novas imagens de seu corpo milimetricamente e generosamente esquadrihado pelas câmeras de alta resolução? (#25, 2013, p. 91).

O excerto acima, retirado de uma das primeiras páginas da reportagem, é parte do processo explicativo (e também argumentativo) que se desenvolve ao longo do texto para corroborar a angulação escolhida pelo jornalista e anunciada na linha de

apoio (Excerto 24), que enfatiza o heroísmo da paciente e a importância dos avanços científicos.

#### Excerto 24

A decisão da atriz de revelar que se submeteu a uma dupla mastectomia preventiva é heroica e reflete também os avanços da medicina na prevenção, detecção e tratamento do câncer de mama. (#25, 2013, p. 90).

O texto da reportagem, além de salientar por que podem ser consideradas heroicas determinadas decisões e ações de Angelina e de outras pacientes, ressalta outro aspecto que envolve os pacientes de câncer: a exposição pública, ou não, da condição de portador da doença. Expor essa condição ainda parece ser uma questão problemática, especialmente para pessoas famosas. A opção por não manter em segredo a condição de paciente de câncer (apesar da aparente desmitificação da doença) é uma atitude considerada elogiável pela instituição jornalística *VEJA*.

Em 2011, outra reportagem sobre o câncer também usa como angulação de destaque um paciente famoso: o ex-presidente Lula – a atitude de não esconder a doença é enfatizada na linha de apoio da reportagem (Excerto 25).

#### Excerto 25

A luta do ex-presidente Lula contra um tumor maligno na laringe será difícil, com efeitos colaterais devastadores. Até agora, ele tem enfrentado tudo com transparência. (#24, 2011, p. 79).

A reportagem intitulada “*O grande adversário de Lula: o câncer*” (#24, 2242, p. 78) relata como o ex-presidente Lula estava tratando o câncer de laringe que havia sido diagnosticado recentemente. O texto detalha como e quando o ex-presidente sentiu os primeiros sintomas da doença e explica quais as principais causas do câncer de laringe, além dos exames e o tratamento para tratar a doença. O texto aponta quais fatores poderiam ter provocado o câncer de Lula, observando que o ex-presidente teria hábitos que podem causar a doença, como o consumo de cigarros e bebidas. No texto, estão em destaque informações sobre a localização do tumor e explicações a respeito dos sintomas e dos tratamentos preconizados. A reportagem sugere que Lula, em seus discursos, procurou, mais uma vez, fazer uso político da doença, assim como já havia sido feito na ocasião em que a então ministra e provável candidata à

Presidência da República, Dilma Rousseff, submetera-se a um tratamento contra o câncer (Excerto 26).

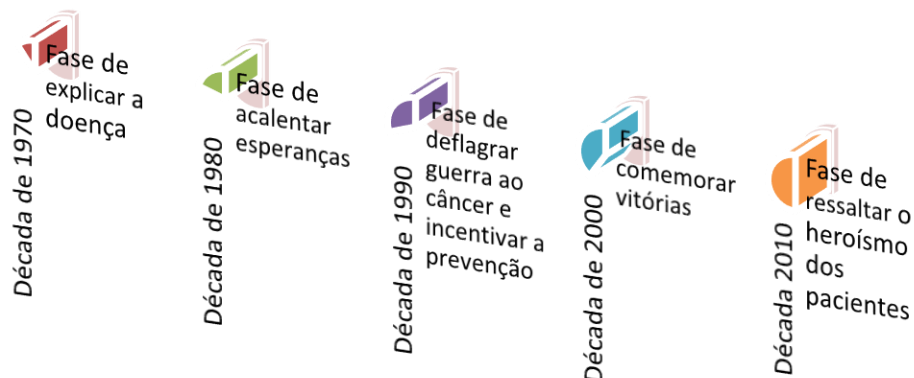
#### Excerto 26

No vídeo feito ainda no quarto 1125 do Sírio-Libanês, ao lado de Mariza, o ex-presidente disse estar preparado para enfrentar mais uma batalha (“nem a última, nem a primeira”) e conta com a solidariedade de todos. Não perdeu a oportunidade também de resvalar no uso político da doença. Em tom messiânico defendeu: “Precisamos continuar acreditando no país. Temos que acreditar na nossa presidente. Sem perseverança a gente não consegue nada. Afinal de contas eu vim para a Terra para lutar e melhorar a vida de todo mundo. Estou doído para falar ‘meus companheiros e companheiras’ mais forte, mas não estou podendo...”. Os brasileiros querem vê-lo reestabelecido, mas não porque seja fiador da estabilidade econômica ou do desenvolvimento do país. Lula é simplesmente um ser humano. Deveria bastar. (#24, 2011, p. 83).

O uso político da condição de paciente de câncer sugerido pelo texto da reportagem reforça a ideia de que obter a cura da doença pode ser considerado um feito heroico e, por consequência, os que conseguem isso são detentores de qualidades e virtudes que os distinguem dos demais. A perspectiva de abordagem do câncer, na última década de análise, consolida-se nos pacientes e em suas atitudes. Embora, em certos momentos, algumas atitudes de determinados pacientes possam gerar algumas críticas negativas, observamos um predomínio de referências elogiosas que elevam os pacientes de câncer a uma posição de protagonistas e heróis. Nos trechos realçados de muitos textos, os pacientes são referidos como agentes de processos como “lutar”, “aliar”, “vencer” “enfrentar”, “decidir”, “escolher”, “resistir bravamente” indicando a condição de protagonistas na narrativa do câncer. Por essa razão, denominamos o período de 2010 a 2013 como a fase de “ressaltar o heroísmo dos pacientes”.

A Figura 25 é uma síntese das fases identificadas em que é possível perceber como, ao longo do tempo, o processo de popularização do discurso científico a respeito do câncer foi sendo construído por diferentes angulações.

Figura 25 – Denominação das fases de representação.



Inicialmente a representação do câncer se deu na perspectiva da doença, depois dos avanços científicos e, na fase final, dos pacientes. Percebemos também que os textos das reportagens de PC, além de “dialogarem” com outros textos, especialmente do campo científico, mantêm um “diálogo” com eles. Há uma interligação, uma espécie de fio condutor entre os 25 textos do *corpus* que, ao longo do tempo, vão construindo e reafirmando a representação do câncer. A representação do câncer (ou as representações do câncer) não começa nem termina no texto específico de uma das reportagens; ela é construída numa espécie de *continuum*, mesmo que tais textos sejam produzidos e publicados em intervalos de meses ou anos e que a voz mobilizadora das outras vozes não seja do mesmo jornalista ao longo dos 40 anos analisados. Um exemplo desse “dialogismo” entre textos de diferentes reportagens de PC pode ser identificado nos textos das reportagens #3 (“*A esperança química*”, 1981), #4 (“*Um fio de esperança*”, 1985), #7 (“*Na rota da cura*”, 1998) e #10 (“*O que funciona contra o câncer*”, 2001). O texto da reportagem #10 retoma informações sobre pesquisas publicadas nos textos anteriores – que geraram a expectativa de resultar na cura definitiva para todos os tipos de câncer e que não se

confirmaram – e faz uma espécie de *mea culpa*<sup>69</sup> (Excerto 27), reconhecendo que a ciência ainda não tem todas as respostas para curar todos os tipos de câncer.

### Excerto 27

As falsas esperanças contra o câncer seguem um ritual publicitário. Cientistas de alguma universidade de prestígio internacional ou pesquisadores de um grande laboratório farmacêutico anunciam uma descoberta que pode vir a ser, em pouco tempo, a arma definitiva contra a doença. As notícias se seguem reações eufóricas. Não é para menos. Afinal, raras doenças produzem tanto horror quanto o câncer – o espectro das dores insuportáveis, das mutilações e mortes. Tudo que um doente e o seus familiares querem ouvir é que ainda existe esperança. Pois bem, a má notícia é que tão cedo não será possível produzir uma bala mágica que liquide todos os tipos de câncer. A boa notícia é que as chances de vencer completamente diversos tumores cancerígenos com as armas disponíveis nos hospitais brasileiros nunca foram tão altas como agora. Praticamente 60% deles podem ser erradicados. (#10, 2001, p. 91).

É um texto respondendo (ou se antecipando) a outros textos, como já observara Bakhtin (2011) no texto “Os gêneros do discurso”.

Neste capítulo, procuramos desvelar o cenário recontextualizador em meio ao qual a representação do câncer foi construída ao longo de 40 anos, no bojo de um processo de interlocução que se dá no toque entre dois campos de conhecimento: o científico e o popular. Para tanto, inicialmente, reunimos informações sobre a instituição jornalística articuladora desse processo de recontextualização do discurso científico. Para isso, buscamos, a partir de textos de outros gêneros discursivos, como editoriais e anúncios publicitários da revista *VEJA*, identificar os propósitos e os valores defendidos pela instituição jornalística que articula esse processo de recontextualização. Também reunimos informações sobre o perfil dos leitores a quem se destinam os textos produzidos no processo e, posteriormente, dedicamo-nos a compreender em que circunstâncias a recontextualização do discurso científico foi deflagrada no contexto midiático. Para isso, buscamos, nos próprios textos do *corpus* de análise, pistas que nos permitissem compreender melhor tais aspectos contextuais. Nessa tarefa, dedicamo-nos a identificar a angulação temática das reportagens e respectivos valores-notícia adotados como critérios de noticiabilidade para deflagrar o processo de recontextualização.

Após essas etapas de análise, que nos permitiram melhor entender o contexto em que a representação do câncer foi construída, concentramo-nos em aprofundar a

---

<sup>69</sup> Expressão do latim que significa “minha culpa”.



análise textual a fim de mapear as vozes e posições enunciativas presentes nos 25 textos e, finalmente, analisar a representação do câncer. Os resultados das duas últimas etapas da análise textual estão detalhados no Capítulo 5.



## **5 ANÁLISE COM ÊNFASE NAS PRÁTICAS DISCURSIVAS – AS VOZES E OS PROCEDIMENTOS DISCURSIVOS PRESENTES NA CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER**

Na perspectiva bakhtiniana (2011), todo discurso é sempre um “eco” de outros discursos. Nos gêneros jornalísticos, esse fenômeno é marcante e explícito. A presença explícita de outras vozes no texto é uma obrigatoriedade, especialmente no gênero reportagem de PC, pois confere credibilidade ao conhecimento que está sendo compartilhado. Considerando essa premissa, realizamos a identificação das vozes nos 25 textos e suas respectivas posições enunciativas no processo de recontextualização do discurso científico a respeito do câncer. Essa etapa de investigação nos possibilita compreender melhor os papéis das vozes na construção da representação do câncer, etapa final de nosso estudo. A análise das duas etapas, que estão descritas neste capítulo, é quali-quantitativa. Na seção 5.1, estão descritos os resultados da identificação das vozes mobilizadas pelo jornalista para contribuir na construção da representação do câncer e, na seção 5.2, a representação do câncer a partir dos 25 textos que integram o *corpus* analítico.

### **5.1 AS VOZES E SUAS POSIÇÕES ENUNCIATIVAS NO GÊNERO REPORTAGEM DE PC**

Em nossa análise, inicialmente consideramos as cinco posições enunciativas adotadas por Marcuzzo (2011) – delimitadas a partir de (MOTTA-ROTH et al., 2008) –, quando analisou o gênero notícia de PC, que são: (1) cientista/pesquisador (ou metaforicamente o estudo); (2) colega/técnico/instituição; (3) governo; (4) público; (5) jornalista. No entanto, ao realizarmos a identificação das vozes presentes no gênero reportagem de PC, constatamos que, devido ao nosso objeto ser formado por reportagens relacionadas a uma doença (ou conjunto de doenças), a voz do paciente deveria ser classificada numa posição enunciativa específica.

A voz do paciente, antes inserida na categoria “público”, foi desmembrada, uma vez que, no nosso entendimento, ela assume uma posição enunciativa singular quando a temática é o câncer. Além de legitimar os benefícios dos conhecimentos científicos desenvolvidos, a voz do paciente assume a posição enunciativa de explicar

um conhecimento que os especialistas (pesquisadores e médicos) não têm: a existencial, a experiência de viver e conviver com a doença. Nesse mapeamento, pacientes apenas referidos não foram considerados como vozes. Só foram classificadas como vozes aqueles pacientes cujas manifestações foram identificadas por citação ou relato.

Na classificação, as vozes, referidas de forma impessoal, e suas respectivas posições enunciativas foram assim consideradas:

(1) The New England Journal of Medicine; Journal of the American Medical Association; Annals of Oncology; The Journal of the American Medical Association; Annals of Internal Medicine; “literatura médica”; “publicação científica”; “estudos”; “pesquisas”; “relatórios” foram classificados como vozes de pesquisadores;

(2) INCA e outras instituições especializadas no tratamento do câncer foram relacionadas na categoria pesquisador-colega/especialista/técnico/instituição;

(3) *New York Times*, *USA Today*, *Corriere de la Sierra*, *Le Figaro*, *Le Monde* – embora sejam instituições jornalísticas – foram consideradas como público, por não serem a voz do jornalista, mas outras vozes que repercutem o conteúdo noticioso.

Nesse mapeamento, não foram computadas as ocorrências da voz do jornalista, uma vez que é ela que mobiliza e articula as outras vozes e, portanto, está presente em todos os textos. Na análise, nos interessamos em mapear a ocorrência das outras vozes (e as posições enunciativas por elas assumidas) que contribuem para construir a representação do câncer.

As vozes e posições enunciativas mapeadas estão sistematizadas na Tabela 3.

Tabela 3 – Posições enunciativas das vozes mobilizadas pelo jornalista.

Reportagem	Pesquisador	Pesquisador-colega/ técnico/ instituição	Governo	Público	Pacientes
#1	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓	-
#2	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓	✓	-
#3	✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓	-	✓✓✓	✓✓
#4	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓	-	✓✓✓✓✓	✓✓✓
#5	-	✓✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓
#6	✓	✓✓✓✓✓✓	-	✓✓✓	✓✓✓✓✓
#7	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓	-	✓✓✓✓✓	-
#8	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓	-	-
#9	-	✓✓✓✓	-	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓
#10	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓	-	-	✓✓✓✓✓✓✓
#11	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓	-	-	✓
#12	✓✓	✓✓✓✓✓	-	-	✓✓
#13	✓✓	✓✓✓✓✓	-	-	
#14	✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	-	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓
#15	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓	-	-
#16	✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	-	-	-
#17	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	-	✓	-
#18	✓✓✓✓✓	✓✓✓	-	✓✓	✓
#19	-	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	✓
#20	✓✓	✓✓✓✓✓✓	✓	-	-
#21	✓✓	✓✓✓✓✓	✓	✓	✓✓✓
#22	✓✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓	-	✓	✓✓✓✓✓✓✓✓
#23	✓✓	✓✓✓✓✓	-	✓✓✓✓✓	✓
#24	✓	✓	-	✓✓	✓
#25	✓	✓✓✓✓✓✓✓	-		✓✓✓✓✓✓✓
<b>TOTAL</b>	<b>78</b>	<b>155</b>	<b>23</b>	<b>49</b>	<b>57</b>

No conjunto de textos analisados, constatamos maior número de vozes classificadas na posição enunciativa “pesquisador-colega/técnico/instituição” (155

ocorrências), seguida da posição enunciativa dos “pesquisadores” (78), dos “pacientes” (57), do “público” (49) e do “governo” (23).

Os dados nos sugerem que o processo da recontextualização do discurso científico a respeito do câncer na revista *VEJA* se dá principalmente nos espaços onde se aplicam os conhecimentos gerados pela ciência. Provavelmente, decorre também do fato de que a instituição jornalística *VEJA* não é segmentada nem especializada. O discurso de PC na revista *VEJA* pode ser entendido como um discurso que se dá num segundo momento de recontextualização. Os pesquisadores apresentam os resultados para os seus colegas especialistas (em publicações especializadas e eventos científicos, por exemplo) e estes, num segundo momento, a partir de um processo de interlocução deflagrado pela instituição jornalística, ressocializam os resultados numa ação articulada com outras vozes mobilizadas pelo jornalista para repercutir ou discutir tais conhecimentos. Assim, o discurso de PC nas reportagens da revista *VEJA* analisadas neste estudo aparentemente estaria num segundo momento de popularização, diferenciando-se do que, por exemplo, é publicado em reportagens de revistas segmentadas e especializadas em conhecimentos científicos.

É pertinente considerarmos ainda, que, no gênero reportagem de PC, o texto não é obrigatoriamente “anunciativo”, como na notícia de PC (de caráter factual, elaborada a partir de uma novidade científica). No gênero reportagem (menos factual e mais temática), o processo de interlocução pode ser deflagrado pela instituição jornalística para compartilhar conhecimentos científicos (ainda desconhecidos do leitor), mas não necessariamente “novidades” científicas para os especialistas. Tais conhecimentos, que a instituição jornalística entende como relevantes para compartilhar com o público leigo, em geral, estão circunscritos ao contexto dos especialistas e são desconhecidos pelos leitores. Isso explicaria a ausência da voz do pesquisador em alguns textos analisados. Nas reportagens #9 (ed. 1684, 2001) e #19 (ed. 2111, 2009) não há vozes de pesquisadores. Nesses textos, são mobilizadas outras vozes (médicos, instituições, governo, público) para explicar ou discutir a aplicabilidade de determinados conhecimentos científicos que, provavelmente, ainda são desconhecidos dos leitores.

No mapeamento das vozes nos 25 textos, inicialmente procuramos marcas textuais de citação e relato. Constatamos que, além dessas manifestações linguísticas mais usuais, as vozes podem emergir do texto das reportagens também por informação atribuída (discurso atribuído) em legendas na extremidade inferior de

boxes<sup>70</sup>. Os boxes são recursos de diagramação que combinam a linguagem visual e a linguagem verbal para destacar informações consideradas importantes (Figura 26). A legenda do box, por meio do item lexical “fonte” seguido do sinal gráfico de dois pontos, explicita que a informação (discurso) em destaque está sendo atribuída a outra(s) fonte(s) ou voz(es), e não ao jornalista responsável pela redação do texto.

Figura 26 – Exemplo de sinalização de discurso atribuído a outra(s) voz(es)/fonte(s).

**ESPERANÇÔMETRO**

- Tornou-se uma terapia eficaz
- Continua sendo apenas uma promessa
- Não funcionou como se espera

**AVALIAÇÃO**

- Experiências bem-sucedidas em ratos não tiveram o mesmo resultado em voluntários humanos. Testes com novas substâncias do gênero continuam
- Os cientistas ainda não sabem como ativar os genes que protegem as células contra o câncer. O processo inverso, a desativação dos genes que provocam a doença, também não foi dominado pela medicina
- Os primeiros medicamentos só começaram a ser usados nos pacientes há três anos. Junto com quimioterapia são utilizados em hospitais nos casos de metástase de câncer de mama
- Funciona apenas como tratamento de apoio em alguns tipos de câncer e em algumas doenças de origem viral
- Usada como droga auxiliar no tratamento de câncer renal e melanoma
- Os resultados alcançados em laboratório não se repetiram em seres humanos
- Os estudos são promissores, mas uma terapia efetiva ainda está distante. Sua eficácia maior parece ser contra o melanoma. Pesquisadores gaúchos e paulistas estão realizando testes em pacientes brasileiros
- As técnicas são cada vez menos mutiladoras. Nos casos de próstata os cirurgiões arrancam o tumor, mas não mexem na estrutura nervosa. O paciente continua sexualmente sadio. Com o diagnóstico precoce de tumores, é hoje a maior arma contra diversos tipos de câncer
- A mira dos canhões radioativos hoje acerta os tumores sem afetar tecidos saudáveis vizinhos. O câncer de próstata pode ser tratado com o implante temporário de grãos radioativos
- As drogas desenvolvidas há trinta anos foram aperfeiçoadas. São menos tóxicas e mais específicas. Podem ser usadas em dosagens maiores sem intoxicar o paciente

Fontes: Agnaldo Anelli e Daniel Deheinzelin (Hospital do Câncer A.C. Camargo) / Miriam Ronda Federico (USP)

Fontes: Agnaldo Anelli e Daniel Deheinzelin (Hospital do Câncer A.C. Camargo) / Miriam Ronda Federico (USP)

<sup>70</sup> “Espaço, geralmente delimitado por fios, que traz informações adicionais ao texto de uma notícia ou reportagem. O texto do box é, quase sempre, composto por um tipo de letra diferente do restante do texto”. (RABAÇA; BARBOSA, 1998, p. 82).

As manifestações linguísticas observadas no estudo de Motta-Roth et al. (2008) também estão nos textos das 25 reportagens que constituem o corpus de análise deste estudo. Identificamos as marcas de vozes, principalmente em dois tipos de processos: os verbais e os mentais. A manifestação linguística pode ser identificada nos textos analisados por meio de dois nexos oracionais principais: pelo nexo de projeção hipotática (relato de locuções ou pensamentos por discurso indireto ou por discurso atribuído) ou pelo nexo de projeção paratática (citação por discurso direto) (HALLIDAY, 2004, p. 444-452). O discurso direto, projeção paratática, normalmente é sinalizado por meio de “aspas duplas” – seguidos ou não de processos verbais, como “dizer” –, indicando que as palavras citadas são uma reprodução literal do discurso de outra pessoa que não o jornalista. Em outras situações, o enunciado entre aspas é antecedido pelo sinal gráfico de “dois pontos”, estabelecendo que, a partir daquele ponto, o discurso não é mais do jornalista, e, sim, de outra voz por ele mobilizada.

O Excerto 28<sup>71</sup> apresenta as duas possibilidades de manifestações linguísticas: de discurso indireto/atribuído e de discurso direto.

#### Excerto 28

Em seguida, Chloé descobriu que essa redução ocorria em virtude da baixa produção de interleucina. Realizando testes em tubos de ensaio, Chloé encerrou sua pesquisa demonstrando que, com a administração da interleucina-2, a taxa de linfócitos se normalizava. “Só não consegui responder por que a interleucina diminui”, diz Chloé. “Mas isso acho que nem o doutor Rosenberg saberia”. (#3, 1985, p. 65-66).

Na oração “*Em seguida Chloé descobriu que essa redução ocorria em virtude da baixa produção de interleucina*”, a voz/posição enunciativa do pesquisador se manifesta por discurso indireto, projeção hipotática, de um processo mental cognitivo, neste caso, “descobrir”. Já nas orações destacadas entre aspas duplas, a mesma voz/posição enunciativa (pesquisadora) se manifesta pelo discurso direto (projeção paratática). A primeira oração entre aspas (“*Só não consegui responder por que a interleucina diminui*”) é duplamente sinalizada como discurso direto, pois, além de apresentar o sinal gráfico de aspas, é seguida pelo processo “dizer”/“diz”, no qual o jornalista reforça que o autor do enunciado apresentado entre aspas é uma voz alheia. A segunda oração entre aspas (*Mas isso acho que nem o doutor Rosenberg saberia*),

<sup>71</sup> Os trechos citados nas análises desta seção serão destacados nos excertos por meio de sublinhado.



em que o processo "achar"/"acho" pode ser entendido como o processo mental "acreditar" – além de ser um discurso direto devidamente demarcado pelo sinal gráfico –, traz encaixado um discurso indireto, "*nem o doutor Rosenberg saberia*", em que há uma projeção hipotática de outra oração mental, que pode ser identificada pelo processo "saber"/"saberia".

Essas realizações linguísticas, presentes em todos os textos do *corpus*, revelam a presença de múltiplas vozes nas reportagens de PC, que são mobilizadas pelo jornalista para, a partir de determinadas posições enunciativas, manifestarem-se sobre a temática abordada. Outro aspecto importante em relação às vozes presentes nos textos é o modo como são apresentadas. Normalmente, na primeira vez que se manifestam, estão acompanhadas de suas credenciais (nome próprio, profissão, titulação, menção à instituição onde atua e/ou a qual representa). Um recurso que, de certo modo, serve para legitimar a escolha do jornalista em mobilizar determinada voz em detrimento de outras.

Após, a identificação das vozes (por citação, relato ou discurso/informação atribuído) e respectivas posições enunciativas, procuramos delinear os papéis que elas desempenham no gênero reportagem de PC. A seguir, apresentamos uma síntese das vozes presentes na reportagem, suas respectivas posições enunciativas e os papéis que desempenham no gênero.

### 5.1.1 A voz do cientista

A(s) voz(es) do(s) cientista(s) por citação, relato e informação atribuída/referida explica(m) a(s) pesquisa(s), os procedimentos metodológicos (Excerto 29) e os resultados (Excerto 30) obtidos.

#### Excerto 29

O próprio relatório divulgado pela equipe do doutor Rosenberg aponta os buracos: "Deve-se ressaltar que este estudo compreende um número limitado de pacientes e que a frequência e a duração dos resultados clínicos ainda não foram determinadas. A viabilidade e a segurança em aplicar esta terapia em um número grande de pacientes também ainda precisam ser definidas." (#3, 1985, p. 62).

#### Excerto 30

"Percebemos que os tumores são tão diversos entre si que, muitas vezes, as semelhanças entre dois tumores de pulmão se reduzem apenas ao fato de

eles estarem no mesmo lugar", diz o bioquímico Luiz Fernando Lima Reis, diretor de pós-graduação do Hospital do Câncer A.C. Camargo e pesquisador do Instituto Ludwig. "Mesmo casos idênticos entre si evoluem de maneiras drasticamente diferentes", explica ele. (#9, 2001, p. 97).

A voz/posição enunciativa do cientista também é mobilizada para realçar o fato de que a ciência é um campo repleto de indagações e incertezas científicas (Excerto 31).

#### Excerto 31

Avesso à enorme onda de especulação que cercam o anúncio de suas descobertas, o doutor Folkman preferiu sair-se com uma ironia fina: "Se você é um rato e tem câncer, eu posso ajudá-lo". (#7, 1998, p. 111).

O papel do cientista no gênero reportagem de PC, em algumas situações, é o de ressaltar que os resultados obtidos em determinados experimentos podem ainda demandar novas pesquisas, porque o processo de construção do conhecimento científico é complexo e, geralmente, demorado.

### 5.1.2 A voz do pesquisador-colega/técnico/instituição especializada

A(s) voz(es) que assumem a posição enunciativa de pesquisador-colega/técnico/instituições especializadas são mobilizadas para avaliar as descobertas científicas (Excerto 32), explicar a aplicabilidade do conhecimento científico na prevenção, diagnóstico e tratamento (Excertos 33 e 34), além de enfatizar a importância do conhecimento desenvolvido a respeito da doença (Excerto 35).

#### Excerto 32

"O estudo é excelente, mas ainda faltam dados conclusivos sobre os efeitos colaterais e riscos de tratamento a longo prazo", diz o mastologista Luiz Henrique Gebrim. (#11, 2003, p. 146).

#### Excerto 33

"A dosagem de PSA continua a ser o método mais adequado para detectar o câncer prostático, incluindo os que estão em fase inicial", diz o urologista Álvaro Sarkis, professor da Universidade de São Paulo. (#11, 2003, p. 150).

#### Excerto 34

"Indico a cirurgia profilática a toda paciente que chegue ao meu consultório com o teste positivo. É a medida mais eficaz", diz o mastologista Antonio Luiz

Frasson, do Instituto de Oncologia do Hospital Albert Einstein em São Paulo e professor da Faculdade de Medicina da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. (#25, 2013, p. 94).

### Excerto 35

“O câncer não é uma doença, mas muitas. Podemos chamar todas da mesma maneira porque compartilham uma característica fundamental: o crescimento anormal de células”, escreve o médico Siddhartha Mukherjee, no excelente *O Imperador de Todos os Males – Uma Biografia do Câncer*. (#25, 2013, p. 96).

Esta categoria de vozes/posições enunciativas é a que apresenta maior número de ocorrências, aparentemente, por ser a voz que realiza múltiplas funções no processo explicativo do câncer.

### 5.1.3 A voz do governo ou gestor público

A principal função das vozes na posição enunciativa de governo ou gestores públicos é avaliar o impacto do câncer na sociedade e os seus possíveis desdobramentos no âmbito social, político e econômico (Excertos 36 e 37).

### Excerto 36

Para atacar mais globalmente o problema, o ministro da Saúde, Mário Machado de Lemos, havia anunciado no fim do ano passado o Plano Nacional de Combate ao Câncer, com implantação prevista em janeiro de 1973. Pela primeira vez a questão entrava na lista de prioridades do governo federal com o apoio prometido do Ministério da Fazenda. (#1, 1973, p. 44).

### Excerto 37

Por isso, quando em janeiro do ano passado, diante dos rumores de um fracasso na luta anticâncer no Brasil, o então ministro da Saúde, Francisco da Rocha Lagoa, percorreu os onze andares do Instituto Nacional do Câncer, no Rio, e pode constatar que o mal começava em casa. A verdade é que o hospital oficial do câncer no país chegava aos 34 anos de existência com um déficit de duzentos funcionários, entre enfermeiros e médicos, uma aparelhagem defeituosa, laboratórios destruídos, enfermarias inabitáveis. (#1, 1973, p. 45).

No Excerto 37, há um discurso indireto, manifestado por projeção hipotática que é realizada pelo processo mental (próximo do material) “constatar”. Nessa oração mental cognitiva, o Fenômeno é realizado por outra oração (“*que o mal começava em casa*”). A frase seguinte do texto “*A verdade é que o hospital oficial do câncer no país chegava aos 34 anos de existência com um déficit de duzentos funcionários, entre*

*enfermeiros e médicos, uma aparelhagem defeituosa, laboratórios destruídos, enfermarias inabitáveis*” esclarece a que se refere o Fênomeno “*que o mal começava em casa*”.

Nos textos analisados, as vozes do governo/gestores públicos foram as menos mobilizadas pelo jornalista. Provavelmente, em virtude de que o impacto do câncer se dá muito mais na individualidade de cada caso, e não no coletivo, como é o caso de doenças infectocontagiosas ou transmissíveis. Assim, as vozes/posições enunciativas governamentais, normalmente foram mobilizadas em situações nas quais estavam em discussão políticas públicas de tratamento ou prevenção da doença (Excerto 38) ou quando um determinado paciente de câncer era uma personalidade pública (Excertos 39 e 40).

#### Excerto 38

E dois dias depois a secretária de Saúde dos Estados Unidos, Kathleen Sebellus veio a público garantir: “a força-tarefa apresentou algumas evidências para a consideração, mas nossas políticas permanecem inalteradas”. (#20, 2009, p. 110-111).

Nos casos em que o paciente é uma pessoa pública, as vozes de membros do governo cumprem a função de opinar, argumentar (Excerto 39) ou projetar (Excerto 40) os possíveis desdobramentos que aquele determinado caso de câncer poderá gerar.

#### Excerto 39

“O problema é complicado”, diz o chefe do Gabinete Civil da Presidência da República, no governo passado, professor João Leitão de Abreu. Uma doença, segundo ele, pode afetar o desempenho de um homem público, sem, no entanto, impossibilitar o seu exercício na função. “O presidente João Figueiredo, por exemplo, sofria muito, operou-se das coronárias, teve problemas na coluna, mas manteve-se equilibrado em condições de enfrentar os problemas”, argumenta Leitão Abreu. Tal opinião não tem o endosso de seu colega de ministério da gestão Figueiredo, Jarbas Passarinho, segundo o qual o exame de saúde de quem vai assumir uma alta função pública deve ser tão importante quanto sua declaração de bens. “Quando uma pessoa qualquer quer prestar um concurso público ou se candidata a uma vaga na empresa privada, tem de se submeter a um exame de saúde”, raciocina Passarinho. “É legítimo exigir-se o mesmo de alguém que vai assumir um ministério ou função de direção superior no governo”. (#5, 1986, p. 20-21).

#### Excerto 40

“Pode fortalecer a identidade da ministra no projeto que se confunde com a superação das dificuldades do próprio país”. Fernando Haddad, ministro da Educação. (#19, 2009, p. 61).

#### 5.1.4 A voz do público

A(s) voz(es) mobilizada(s) na posição enunciativa público (amigos, familiares de pacientes e outras pessoas consideradas não especialistas), em geral, realizam o papel de explicar o impacto da doença no convívio social e familiar (Excertos 41 e 42).

#### Excerto 41

Essa situação engendrou uma espécie de filantropia fanática em Pedro Cavalheiro, dono da Pensão Bom Jesus – a única em São Paulo que só aceita cancerosos como hóspedes. Desde que decidiu entregar-se à ingrata tarefa em 1958, sua pensão mudou de endereço várias vezes, sempre por pressões de abaixo-assinados de vizinhos “que tinham repugnância dos doentes”, conta ele. Hoje instalado no bairro Liberdade, a poucos metros do Hospital do Câncer, ele se esmera em provar que seus hóspedes não lhe inspiram esse tipo de sentimento. “A primeira coisa que faço para ganhar a confiança desses pobrezinhos é beijar suas feridas”, afirma Pedro Cavalheiro. (#1, 1973, p. 49).

#### Excerto 42

“Escolhi o câncer como foco dramático da novela pelo estigma que essa doença representa. Pelo horror que causa às pessoas”, diz o autor de *Laços de Família*, Manoel Carlos. “Então uma jovem linda, recém-casada, rica, feliz, em plena lua-de-mel, também fica cancerosa?” (#9, 2001, p. 39).

É uma voz que, normalmente, é solidária à voz do paciente na explicação dos efeitos (principalmente psicossociais) gerados pela doença.

#### 5.1.5 A voz do paciente

A(s) voz(es) do(s) paciente(s), assim como as demais mobilizadas pelo jornalista, são manifestadas por citação e relato. No entanto, em muitas reportagens, elas se manifestam de forma singular. O discurso direto é realçado por ser apresentado sem interrupções (não articulados com outras vozes) e destacado por recursos visuais que o colocam numa posição de saliência: o texto verbal entre aspas

e em tamanho maior que o restante das letras inserido em boxes com cores diferentes e acompanhado de foto do(a) paciente (Figura 27).

Figura 27 – Exemplo de discurso direto destacado no texto visual.

A voz/posição enunciativa do paciente manifestada por discurso direto e destacada no texto visual.

eles injetam uma substância corante na mama, que migra pelo sistema linfático e, por contraste, identifica o primeiro gânglio. Se esse gânglio não estiver contaminado

ignifi-  
mbém  
forma,  
rá-los.  
“Em  
o re-  
ativo e  
operar  
disso,  
dicada  
apre-  
enores  
estros”.

Mirian  
da Universidade  
Janeiro.

no diagnóstico do  
câncer de mama continua a ser a combinação do auto-exame com a mamografia (veja tabela na pág. 146). Nos últimos dez anos, a qualidade das mamografias foi aprimorada. As imagens obtidas com os primeiros mamógrafos só eram capazes de identificar tumores com mais de 1 centímetro de diâmetro. Com a invenção da mamografia de alta definição, nódulos de até meio milímetro puderam ser detectados. A maior novidade nessa área é a mamografia digital, capaz de aumentar em até vinte vezes a imagem de um tumor. Descobre-se o câncer, assim, quando ele tem o tamanho de um grão de areia. A mamografia digital também é bem menos desconfortável e mais rápida que a tradicional. Identificado em estágio tão inicial, o mal pode ser erradicado em quase 100% das vezes. Se a mamografia encontra um nódulo, é necessário fazer biópsia. Para retirar amostras da região sob suspeita, era preciso fazer uma cirurgia que deixava uma larga cicatriz, invariavelmente. Hoje, uma agulha fina é capaz de tirar quantidade suficiente de tecido para análise.

As inovações também foram enormes no tratamento dos tumores de próstata. O avanço no diagnóstico deve-se, em grande parte, à combinação do exame de toque retal com a dosagem de PSA. Essa proteína, quando



**“Não choro mais”**

“Em outubro de 2000, descobri um caroço em meu seio direito. Na época, estava amamentando meu filho caçula e achei que o nódulo havia surgido por causa do aleitamento. Por isso, não dei muita importância, apesar de uma irmã e uma tia terem tido a doença. Diante da insistência de amigas, procurei o médico. Foi então que recebi o diagnóstico: estava com câncer. Tinha acabado de completar 35 anos dias antes e me achava muito jovem para ter a doença. A notícia ecoava como uma bomba no meu ouvido. Foi um período muito confuso. Na semana anterior, eu havia me separado. Explodi, chorei, cheguei a procurar meu ex-marido no trabalho para culpá-lo pelo câncer. Nessa época, foi muito importante o apoio que recebi da minha família e dos meus amigos. Quando o mastologista avisou que eu teria de retirar a mama inteira, brotou em mim uma força inexplicável, que me fez ser muito prática. Não quis ir para casa pensar, não. A minha vontade era cortar o mal pela raiz — e o mais rápido possível. Marcamos a cirurgia para o mesmo mês. O que mais doía era ter de deixar de amamentar meu filho. Meu leite tinha de secar antes da cirurgia. Durante esse período, quando ia dar a mamadeira a ele, tinha de cobrir meus seios com um travesseiro. Do contrário, o bebê sentiria o cheiro do meu leite e se recusaria a tomar a mamadeira. Depois da opera-

ção, veio a fase mais pesada do tratamento. Logo após as sessões de quimioterapia, faltavam forças até para levantar uma xícara de café vazia. O cabelo não parava de cair. Raspei a cabeça. Quando voltei para casa, meu filho mais velho, na época com 2 anos, disse que eu estava linda. Aquela frase bastou para me dar ainda mais força. Assumi a tarefa. Ao longo do tratamento, fiz questão de trabalhar uma vez por semana, no mínimo, dando aulas particulares de italiano. Voltei à terapia. Aprendi a me conhecer melhor, a lidar bem com a doença e a ver tudo aquilo como um renascimento, a chance de ser uma nova pessoa. Descobri também que era essencial que eu fosse protagonista da doença e não me deixasse dominar por ela nem pelo pavor que ela causa. Ainda não recebi alta. A cada seis meses, volto ao médico e faço uma bateria de exames. No início, ficava muito nervosa a cada nova consulta e só melhorava depois que o médico dizia que estava tudo bem. O alívio era tão grande que eu saía do consultório, sentava no meio-fio e chorava. A doença era como um fantasma pousado no meu ombro. Hoje, o fantasma da doença não me assusta mais. Não choro mais. Se o câncer vier outra vez, farei tudo de novo e continuarei a ser parte do grupo de pacientes que vingam e que dão depoimentos como este.”

Andréa Cavani, 38 anos, psicopedagoga, de São Paulo

veja 26 de novembro, 2003 149

No texto visual/imagético, a paciente (PR) está posicionada num ângulo frontal, posição de demanda, e em nível do olhar em simetria com o PI, sugerindo total envolvimento com o leitor. Nesse(s) discurso(s) assim manifestado(s) verbal e visualmente, a representação do câncer é construída a partir de uma experiência

existencial compartilhada com os leitores, numa situação de proximidade e igualdade, como se fosse uma espécie de confiança ou um desabafo.

A recorrência de processos mentais e comportamentais (alguns metaforizados como, por exemplo, “explodir” e “achar”) oferece ao leitor a possibilidade de também “sentir” o que é a experiência de viver ou ter a doença (Excerto 43).

#### Excerto 43

##### **"Não choro mais"**

“Em outubro de 2000, descobri um caroço em meu seio direito. Na época, estava amamentando meu filho caçula e achei que o nódulo havia surgido por causa do aleitamento. [...] Tinha acabado de completar 35 anos dias antes e me achava muito jovem para ter a doença. A notícia ecoava como uma bomba no meu ouvido. Foi um período muito confuso. Na semana anterior, eu havia me separado. Explodi, chorei, cheguei a procurar meu ex-marido no trabalho para culpá-lo pelo câncer. Nessa época, foi muito importante o apoio que recebi da minha família e dos meus amigos. Quando o mastologista avisou que eu teria de retirar a mama inteira, brotou em mim uma força inexplicável, que me fez ser muito prática. Não quis ir para casa pensar, não. A minha vontade era cortar o mal pela raiz – e o mais rápido possível. Marcamos a cirurgia para o mesmo mês. O que mais doía era ter de deixar de amamentar meu filho. [...] Depois da operação, veio a fase mais pesada do tratamento. Logo após as sessões de quimioterapia, faltavam forças até para levantar uma xícara de café vazia. O cabelo não parava de cair. Raspei a cabeça. Quando voltei para casa, meu filho mais velho, na época com 2 anos, disse que eu estava linda. Aquela frase bastou para me dar ainda mais força. Assumi a careca. [...] Ao longo do tratamento, fiz questão de trabalhar uma vez por semana, no mínimo, dando aulas particulares de italiano. Voltei à terapia. Aprendi a me conhecer melhor, a lidar bem com a doença e a ver tudo aquilo como um renascimento, a chance de ser uma nova pessoa. Descobri também que era essencial que eu fosse protagonista da doença e não me deixasse dominar por ela nem pelo pavor que ela causa. [...] O alívio era tão grande que eu saía do consultório, sentava no meio-fio e chorava. A doença era como um fantasma pousado no meu ombro. Hoje, o fantasma da doença não me assusta mais. Não choro mais. Se o câncer vier outra vez, farei tudo de novo e continuarei a ser parte do grupo de pacientes que vingam e que dão depoimentos como este”. **Andréa Cavani, 38 anos, psicopedagoga, de São Paulo** (#11, 2003, p. 149).

Pela forma e conteúdo, o discurso assim manifestado pela voz do(a) paciente simula uma interlocução direta entre essa voz e a do leitor, aparentemente sem a intermediação de outra voz. É uma espécie de diálogo em tom de confiança. O destaque para essa voz que constrói um discurso repleto de representações de seu mundo interior é o realce das emoções. Por meio dessa estratégia, a narrativa é humanizada. Desse modo, as estatísticas do câncer (número de casos diagnosticados ou números de mortes) passam a ter um rosto e uma voz, ou, mais precisamente, uma identidade.

### 5.1.6 A voz do jornalista

A voz do(s) jornalista(s) que assinam o texto é mais difícil de ser percebida, pois está diluída e mesclada às outras vozes que se manifestam no texto. Diferente das outras vozes, identificadas por suas respectivas credenciais (nomes próprios, profissão, instituições que representam, etc.), a voz que mobiliza as outras vozes não apresenta marcas textuais tão visíveis. No entanto, ela pode ser identificada, quando, no texto, faz conjecturas, levanta hipóteses, apresenta proposições, responde antecipadamente a possíveis indagações do leitor, corrige a si própria e, principalmente, quando reconhece a existência do “outro”, o leitor.

As manifestações linguísticas dessa voz podem ser percebidas, por exemplo, em perguntas retóricas (Excerto 44), em proposições que respondem a uma hipotética pergunta do leitor (Excerto 45) e no uso do modo imperativo (Excerto 46).

#### Excerto 44

A primeira vez em que se falou em “guerra contra o câncer” foi em 1934, em um artigo da revista médica *British Medical Journal*. Passados 73 anos, a guerra parece não ter fim. Seria o câncer um inimigo invencível? [Pergunta retórica]. (#16, 2007, p. 107).

A pergunta retórica “*Seria o câncer um inimigo invencível?*” explicita a manifestação da voz do jornalista que pondera e faz conjecturas. No Excerto 45, a manifestação da voz do jornalista pode ser identificada na proposição “sim, ele continua muito bonito”, em que responde a uma possível pergunta do leitor, por presumir que ele também se interessaria em saber mais detalhes a respeito do está sendo representado – no caso, a aparência física de Reynaldo Gianecchini.

#### Excerto 45

Exibia a cabeça raspada, antecipando-se a um dos efeitos externos da quimioterapia. A imagem do ator (sim, ele continua muito bonito) era de otimismo, confiança e serenidade. (#23, 2011, p. 88).

Observações ou comentários assim manifestados funcionam como um mecanismo de alinhamento interacional ou estratégia de envolvimento, pois interrompem o fluxo normal do texto, indicando um comentário, como se quem escreve estivesse compartilhando impressões como numa conversa face a face. Já nos Excertos 46 e 47, a voz do jornalista se manifesta pelo uso do pronome nominal



“você”, estabelecendo o “outro” no texto, e pelo modo imperativo que dá comandos ao leitor: “ignore”, “siga” e “acredite”.

#### Excerto 46

Portanto, você leitora de menos de 50 anos, ignore o que foi publicado dos Estados Unidos e siga fazendo a sua mamografia anual. (#20, 2009, p. 111).

#### Excerto 47

Um novo estudo questiona os benefícios da dieta na prevenção de doenças como o câncer. Mas ele é cheio de falhas. Acredite: há alimentos que podem, sim, ajudá-lo a ter uma vida mais saudável. (#15, 2006, p. 65).

No Excerto 48, a voz do jornalista se pronuncia ao contextualizar o conhecimento sobre a doença ao longo da história. Ela procura salienta ou esclarecer informações anteriormente mencionadas no texto.

#### Excerto 48

Vinte e cinco séculos depois de ter sido descrito pela primeira vez pelo grego Hipócrates, considerado o pai da medicina, o câncer segue como uma das doenças mais complexas com as quais a medicina já deparou. No início desta reportagem, foi dito que existem centenas de tipos de câncer. Para ser mais preciso, foram contabilizados até agora mais de 800 tumores malignos. Isso mesmo: 800. Na verdade, não há um câncer de pulmão, mas vários. Assim como também há uma variedade de tumores de mama e próstata. Não bastasse essa quantidade, há ainda uma dificuldade suplementar: um mesmo tumor pode se comportar e reagir aos tratamentos de maneira diferente, dependendo de cada pessoa. (#11, 2003, p. 151).

Nessa situação, a voz do jornalista se manifesta retomando e retificando o seu próprio discurso, manifestado anteriormente de forma genérica, e insere no texto: “*Para [eu] ser mais preciso*”. Posteriormente, ao escrever “*Isso mesmo: 800*”, o jornalista volta a sinalizar no texto a existência do “outro” nesse “diálogo”, prevendo uma possível pergunta e uma reação (de surpresa) de seu interlocutor/leitor com o número elevado de doenças que genericamente são referenciadas pela palavra “*câncer*”. O jornalista, provavelmente, surpreendeu-se com tal informação e imagina que o mesmo pode acontecer com o leitor do texto. Tal estratégia explicita o “diálogo” que se estabelece no texto e confere a ele uma situação de proximidade e de total envolvimento entre quem escreve e quem lê. Essa aproximação é o fenômeno que Fairclough (1995) denomina de “conversacionalização”, no qual o jornalista utiliza formas discursivas menos tradicionais, elitistas e formais para fazer uso de técnicas

de linguagem informal, apropriando-se de práticas discursivas próprias da esfera privada. Essa estratégia, de acordo com o autor, é uma característica marcante dos discursos do mundo contemporâneo, a qual melhor explanaremos na seção 5.4 junto aos outros fenômenos que podem ser percebidos nos discursos que circulam no contexto midiático.

A identificação das vozes e posições enunciativas nos ajudam a melhor compreender o gênero reportagem de PC como uma prática social e discursiva e as relações que se estabelecem nessa prática na qual se constrói a representação do câncer e se estabelecem identidades entre os envolvidos. Na sequência, passamos, então, ao propósito central deste estudo: a análise da representação do câncer, cujos resultados estão descritos e discutidos na seção 5.2.

## 5.2. A REPRESENTAÇÃO DO CÂNCER EM 25 TEXTOS

A etapa de análise da representação do câncer foi realizada a partir do mapeamento de procedimentos discursivos, no processo explicativo, que denominam, definem, classificam, qualificam o câncer ou que, ainda, por meio de reformulações e comparações, o relacionam a outros conhecimentos prévios do leitor. Por meio da identificação desses procedimentos, que se constituem em marcas de recontextualização, procuramos, nos 25 textos do *corpus* deste estudo, apreender que representação (ou representações) do câncer foi construída, ao longo de 40 anos, nas reportagens de PC na revista *VEJA*.

Para esse mapeamento, inicialmente procuramos seguir os seguintes passos: (1) identificar o esquema prototípico de explicação (conforme mencionado na seção 2.3.1) em cada uma das reportagens; (2) mapear os procedimentos discursivos presentes; (3) interpretar como tais procedimentos entram em funcionamento para explicar o câncer e, por consequência, construir a representação da doença. Os procedimentos retóricos mapeados foram sistematizados nas categorias estabelecidas: Representação por Identificação (RI), Representação por Qualificação (RQ), Representação por Reformulação (RR) e Representação por Metaforização (RM).

Para a melhor compreensão dessa etapa de análise, apresentamos a seguir, a título de exemplificação, o mapeamento do texto de uma das reportagens analisadas e os procedimentos retóricos identificados. As marcas de recontextualização estão

destacadas por meio de sublinhado e os procedimentos retóricos estão informados por meio de [colchetes]. Na textualização da interpretação dos dados em que determinada representação é apreendida, as marcas de recontextualização foram sinalizadas graficamente com “aspas duplas”.

### 5.2.1 A identificação do esquema explicativo prototípico e as marcas de recontextualização

Publicada em 21 de julho de 2010 (#22, ed. 2174), a reportagem intitulada “O labirinto é a saída” destaca histórias de pacientes norte-americanos em estado terminal que decidiram se submeter a tratamentos com drogas experimentais como a última esperança de cura. A Figura 28 é uma reprodução das duas primeiras páginas dessa reportagem e aponta onde começa o esquema prototípico de explicação do texto.

Figura 28 – Reprodução das duas primeiras páginas da reportagem #22.



Nessas duas páginas, o esquema prototípico de explicação começa a ser delineado por meio da combinação dos textos visual e verbal. O texto visual é composto pela fotografia de um homem descalço e vestido apenas com uma camisola (normalmente usada em hospitais). O homem de meia idade (PR) está recebendo soro, porém em pé, e segurando o suporte onde o frasco de soro está pendurado. O local onde o PR está posicionado é todo branco, reforçando a ambiência de assepsia característica de um hospital. O local onde o PR foi fotografado, no entanto, apresenta divisórias, numa organização semelhante a um labirinto. O texto visual é uma representação narrativa. A presença de vetores, indicando uma ação, pode ser identificada. Por exemplo, no posicionamento do braço do PR, que segura o suporte do soro numa posição de avanço. Considerando a função interativa, o PR está enquadrado em plano aberto, o que sugere certa distância social do PI. Na dimensão contato, o ângulo do olhar é frontal (demanda) remetendo a uma tentativa de interlocução do PR com o PI. O nível dos olhos do PR está em posição inferior em relação ao PI. Apesar do nível do olhar sugerir que o PR está numa situação de fragilidade ou de vulnerabilidade em relação ao PI, a posição ereta do corpo e a expressão facial sugerem firmeza, equilíbrio e serenidade (não está sorrindo nem chorando). Na função composicional, o PR está situado na posição Novo, enquanto que os detalhes do ambiente (neste caso, o labirinto) estão mais destacados na posição Dado. Essa organização do texto visual sugere que o labirinto, isto é, a complexidade que envolve o tratamento do câncer, é algo conhecido, enquanto que a postura do PR (neste caso, dos pacientes) é a informação nova.

O Esquema inicial (Ei) do texto verbal é a manchete que apresenta o objeto complexo (Oc) por meio de uma aparente contradição “*O labirinto é a saída*”. Dessa maneira, o Oc se apresenta como um problema cognoscitivo que precisa ser esclarecido e que pode suscitar ao leitor indagações do tipo “como um labirinto pode ser a saída?” ou “que labirinto é esse?”. O texto visual reforça essa contradição ao apresentar um doente como PR, numa Circunstância (de lugar) que causa estranhamento. O doente está num labirinto e não num hospital. Na linha de apoio (Excerto 49), o Oc começa a ser desvelado.

### Excerto 49

A derradeira cartada de um doente terminal sem esperanças é ser admitido como cobaia em testes de drogas experimentais nunca antes testadas em seres humanos. É uma loteria. Mas para muitos pacientes, isso resulta em prolongar a vida. (#22, 2010, p. 95).

A linha de apoio esclarece que o “*labirinto*”, instanciado no texto visual e no texto verbal, está se referindo os tratamentos experimentais testados em pacientes com câncer. No senso comum, labirinto refere-se a uma combinação intrincada de passagens ou corredores. Em um labirinto, é muito difícil encontrar o caminho de saída. Dessa forma, comparam-se os tratamentos experimentais a labirintos e, embora sejam extremamente complexos a ponto de serem assim comparados, representam uma saída, talvez a única, para muitos pacientes de câncer. A voz do jornalista faz uso desta e de outras analogias para representar como são as pesquisas e tratamentos experimentais, procurando dimensionar o quanto não se tem certeza dos resultados. A metáfora do labirinto apresentada na manchete permeia todo o texto, como um fio condutor, para explicar os tratamentos experimentais, as atitudes dos pacientes e a complexidade da doença. Na linha de apoio, outros itens lexicais com carga semântica de outros campos (“*cartada*”, “*loteria*”) reforçam o alto grau de incertezas em relação aos tratamentos relatados e oferecem pistas sobre o que pode ser a entidade referida pelo item lexical “*labirinto*”, que vai ser plenamente esclarecida ao final do texto da reportagem.

Ao comparar os tratamentos experimentais a um labirinto, o jornalista provavelmente procurou acionar no leitor da revista (predominantemente o das classes A e B) conhecimentos relacionados à mitologia grega: a lenda do Minotauro. De acordo com a lenda, o Minotauro (metade homem, metade touro) era um monstro que vivia dentro de um labirinto. Para acalmá-lo, de tempos em tempos, pessoas eram entregues em sacrifício. Nessa alusão, o câncer pode ser entendido como o monstro Minotauro. Para vencer o Minotauro (câncer), é preciso percorrer o labirinto (usar a inteligência, a perspicácia e os conhecimentos científicos) e tentar encontrar a saída (a cura). Vislumbra-se, assim, a representação do câncer como um monstro, um inimigo difícil de vencer. Os doentes terminais, mais do que cobaias, são comparados ao herói Teseu, que venceu o Minotauro e libertou os atenienses. Em caso de sucesso de tais tratamentos experimentais, outros pacientes podem ser salvos (curados)

graças à atitude desses pacientes que aceitaram se submeter aos tratamentos experimentais.

Nessa reportagem, o procedimento discursivo predominante é a Representação por Metáfora (RM). Além do item lexical “*labirinto*” na manchete, há, em outras sequências do texto, outros itens lexicais instanciados metaforicamente como “*aposta*”, “*vitórias*” “*derrotas*”, “*derradeira cartada*”, “*loteria*”, “*bingo*” “*corrida*” e “*jogo*”. Tais metáforas são usadas para explicar as incertezas dos tratamentos experimentais e no que eles podem se constituir: a cura ou a morte do paciente. Por meio dessa estratégia é implicitamente construída a própria representação do câncer como um inimigo/opositor contra o qual se estabelece uma luta ou uma disputa. Os Excertos 50, 51 e 52 exemplificam o uso de RM.

#### Excerto 50

É um universo com permanente expansão aos laboratórios mais modernos do mundo aos quais pacientes em estado terminal, desenganados, mas esperançosos, fazem sua aposta [RM] pela vida. Dali, saem belas vitórias [RM] e tristes derrotas [RM]. (#22, 2010, p. 95).

#### Excerto 51

A derradeira cartada [RM] de um doente terminal sem esperanças é ser admitido como cobaia em testes de drogas experimentais nunca antes usadas em seres humanos. É uma loteria [RM]. (#22, 2010, p. 95).

#### Excerto 52

[...] tomou uma droga que nada resolveu quando testada em mais de 1 000 pacientes, mas no caso dela – bingo [RM] – deu-se a cura. (#22, 2010, p. 96).

Nos excertos 50, 51 e 52, o tratamento é comparado a um jogo de cartas ou um jogo de azar (ou sorte), procurando evidenciar que, no campo científico, trabalha-se com incertezas, com descobertas e com incógnitas. O texto procura explicar que o conhecimento científico se dá por meio de um processo, muitas vezes lento, que exige perspicácia e paciência de pesquisadores, de médicos e de pacientes (Excerto 53).

#### Excerto 53

“É como jogar o jogo da espera, o maior jogo da espera da sua vida [RM]. Passei muitas noites em claro. Aquilo era a minha última opção, estava assustada. Não tinha medo de morrer, tinha medo de deixar meu marido e minha filha”. (#22, 2010, p. 95).

As pesquisas científicas são comparadas a uma disputa ou jogo pela voz do jornalista e também pelas vozes de especialistas e pacientes. Essas vozes constroem, assim, representações do câncer como adversário, opositor, obstáculo, seja por expressões como “*mudar o jogo*” (Excerto 54), “*com a bola em campo*” (Excerto 55), “*a vida não está em jogo*” (Excerto 56), seja por processos como “*vencer*” (Excerto 57) e “*superar*” (Excerto 58).

#### Excerto 54

“As drogas do RNAi vão mudar o jogo” [RM], concorda o cancerologista Josep Taberner, vinte anos de carreira, mais de centenas de estudos clínicos no currículo. (#22, 2010, p. 98).

#### Excerto 55

Com a bola em campo [RM] [subtítulo]. (#22, 2010, p. 100).

#### Excerto 56

Quando a vida não está em jogo [RM], emprestar o corpo para teste de novas drogas pode ser um jeito divertido de ganhar algum dinheiro. (#22, 2010, p. 102).

#### Excerto 57

[...] depois de vencer [RM] um melanoma [...]. (#22, 2010, p. 97).

#### Excerto 58

[...] depois de superar [RM] um câncer de pulmão. (#22, 2010, p. 97).

No excerto 59, as pesquisas são comparadas a uma disputa de velocidade ou um jogo entre os cientistas e o câncer.

#### Excerto 59

Na corrida [RM] para encontrar o caminho mais eficaz para derrotar [RM] o câncer, uns apostam [RM] em drogas que induzem às células tumorais à morte natural. (#22, 2010, p. 98).

Metáforas do campo semântico dos jogos e disputas estão presentes em muitas sequências textuais, no entanto, as metáforas do campo semântico da guerra (Excertos 60 a 64) estão em maior proeminência nessa reportagem. As expressões “*posto avançado*” e “*linha de frente*”, por exemplo, são instanciadas para referenciar hospitais, laboratórios e outros espaços de pesquisa e de tratamento da doença. Os

processos como “pesquisar”, “diagnosticar” e “tratar” (representação congruente) são substituídos pelos processos “combater” e “lutar” ou suas respectivas nominalizações “*combate*”, “*luta*” e “*luta titânica*” e que se constituem em representações não congruentes. A doença e as mortes por ela causadas são referidas como “*tragédias*”. Os casos de cura da doença, por meio das pesquisas e dos tratamentos experimentais, como “*glórias*”.

#### Excerto 60

É um posto avançado [RM] das tragédias [RM] e das glórias [RM] do homem e da ciência. (#22, 2010, p. 95).

#### Excerto 61

O National Cancer Institute, que atua na linha de frente [RM] ao combate [RM] à doença acompanha a realização de 27 000 estudos clínicos, dos quais 8 000 ainda estão abertos para receber novos pacientes. (#22, 2010, p. 95).

#### Excerto 62

[...] é um anticorpo monoclonal conhecido como CTLA-4, habilitando o próprio organismo do paciente a combater [RM] as células tumorais [...]. (#22, 2010, p. 95).

#### Excerto 63

“É grande a revolução [RM] que está acontecendo no combate [RM] ao câncer”, diz Phillip Sharp, biólogo laureado com o Nobel em 1993 [...]. (#22, 2010, p. 98).

#### Excerto 64

A ensaísta americana Susan Sontag deflagrou uma luta titânica [RM+RQ] para vencer seu terceiro câncer. (#22, 2010, p. 96).

No complexo nominal “*luta titânica*” (Excerto 64), “*titânica*” é uma qualificação (atributo) da luta, sugerindo ao leitor que o tratamento de uma doença como o câncer é algo difícil e grandioso. Esse modo de representar o tratamento do câncer convoca novamente o leitor a mobilizar conhecimentos prévios sobre a mitologia grega.

A metáfora da guerra também pode ser identificada quando o jornalista substitui o processo de seleção de pacientes cobaias por “*recruta*” (Excerto 65). Embora o a ação de “recrutar” não se restrinja ao serviço militar, normalmente soldados calouros são designados como recrutas.



### Excerto 65

[...] O Genentech, braço da Oncologia da Roche, recruta [RM] pacientes para 132 testes clínicos. (#22, 2010, p. 95).

A representação de que os pacientes que se submetem a tratamentos experimentais são, em certa medida, como soldados, lutadores e heróis que ingressam numa “luta/guerra” reforça a representação do câncer como o “inimigo”. Desse modo, o processo de explicação da doença, das pesquisas e/ou tratamentos experimentais e das atitudes dos pacientes é deslocado do campo científico e recontextualizado num contexto mais compreensível ao leitor.

Como demonstraremos nas próximas subseções, o uso de metáforas do campo semântico da guerra está presente em todos os textos. É o fenômeno denominado de “militarização do discurso” (CHILTON, 1988 apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 242) e, tal processo, como observa Fairclough, não se constitui apenas em “uma questão superficial de lexicalização [...] muitas coisas que fazemos ao discutir são parcialmente estruturadas pelo conceito de guerra” (LAKOFF; JOHNSON, 1980 apud FAIRCLOUGH, 2001, p. 241-242). Desse modo, na perspectiva adotada pela voz do jornalista e também por outras vozes presentes no discurso recontextualizador, emerge a ideia de que, na experiência física e cultural dos leitores, as guerras, os jogos, as disputas e outros conflitos estão mais inculcados, introjetados, ou naturalizados do que os procedimentos científicos. Nesse sentido, o campo semântico da guerra é, aparentemente, de mais fácil compreensão aos que não fazem parte do universo científico.

#### **5.2.2 Os procedimentos discursivos que constroem a representação do câncer**

A identificação do esquema prototípico de explicação, conforme exemplificamos na seção 5.2.1, nos permitiu realizar o mapeamento das marcas de recontextualização nos 25 textos do *corpus*. Nesta etapa de análise, concentramo-nos em analisar como o câncer é explicado no processo de recontextualização. Para tanto, identificamos, em cada uma das reportagens analisadas, conforme os procedimentos definidos na seção 3.4.2.3, as representações do câncer por Identificação (RI), por Atribuição ou Qualificação (RQ), por Metáfora (RM) e por

Reformulação (RR). Os resultados quantitativos estão apresentados na Tabela 4, disposta na página a seguir, de acordo com as categorias propostas.

Com o objetivo de identificar a proeminência, ou não, de determinados procedimentos discursivos na explicação do câncer, organizamos, horizontalmente, o total de procedimentos retóricos por texto e, verticalmente, por categorias. É pertinente salientar que nossa investigação se centrou nas representações do câncer, explicitamente ou implicitamente. Marcas de recontextualização presentes no texto que não se referem diretamente ao câncer não foram consideradas.

Tabela 4 – Mapeamento das representações a partir de procedimentos discursivos explicativos.

	Representação por Identificação (RI)	Representação por Atribuição/Qualificação (RQ)	Representação por Reformulação (RR)	Representação por Metaforizarão (RM)	Total
#1	✓✓✓✓✓	✓✓✓		✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓	32
#2	✓✓✓	✓✓✓✓		✓✓✓✓✓✓✓✓	16
#3	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓ ✓✓✓	44
#4		✓✓✓	✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	34
#5	✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	38
#6	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	56
#7	✓✓✓	✓✓✓✓✓	✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	26
#8	✓✓	✓	✓	✓✓✓✓✓	9
#9		✓✓✓✓	✓	✓✓	7
#10	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	33
#11	✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓	32
#12	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓	41
#13				✓✓✓✓✓	6
#14	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓		✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	51
#15		✓✓✓✓✓✓✓		✓✓✓	12
#16	✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓	25
#17		✓			1
#18	✓	✓✓	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓	19
#19	✓✓✓	✓✓	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	16
#20	✓✓	✓✓	✓		5
#21	✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	27
#22		✓	✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓	38
#23	✓	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓	23
#24	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓	40
#25	✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓	✓✓✓✓✓✓✓✓ ✓✓✓✓✓✓✓✓	40
<b>TOTAL</b>	<b>77</b>	<b>152</b>	<b>56</b>	<b>386</b>	<b>671</b>

Ao analisarmos os dados quantitativos, verificamos que, no processo de representação do câncer que se apreende de modo explícito ou implícito (pela representação da doença e das formas de tratamento ou avanços científicos em relação à ela), há predomínio dos procedimentos discursivos Representação por Metáfora (RM) e por Atribuição/Qualificação (RQ) e um número equilibrado dos demais procedimentos. De um total 671 procedimentos discursivos que nos permitem analisar a representação do câncer, identificamos 386 RM, 152 RQ, 77 RI e 56 RR.

O item lexical “inimigo”, recorrente em muitos textos do *corpus*, foi classificado de modo diferente em determinadas situações. Quando instanciado para referir (nominar) a doença, foi classificado como RM (Excerto 66); quando instanciado como atributo, foi classificado como RQ (Excerto 67).

#### Excerto 66

“Seja qual for a localização do tumor”, afirma o dr. Jacob Kligerman, chefe de clínica cirúrgica do Instituto Nacional do Câncer, “o tratamento é sempre multidisciplinar. Conforme o inimigo [RM], escolhe-se as armas” [RM]. (#3, 1981, p. 62).

#### Excerto 67

Seria o câncer um inimigo [RQ] invencível? (#16, 2007, p. 107).

No Excerto 66, o item lexical “*inimigo*” foi instanciado em substituição ao item lexical “câncer/doença”. Trata-se de uma representação não congruente, uma denominação metafórica da doença e, neste caso, o item lexical “*inimigo*” refere-se à entidade representada, funciona como nome (substantivo). Numa forma congruente, a mesma oração poderia ser assim representada: “Conforme o câncer (o tipo de câncer), escolhe-se o tratamento”. Já no Excerto 67, o item lexical “*inimigo*” realiza o Atributo (qualificador) em uma oração relacional atributiva, na qual o item lexical “*câncer*” é o Portador. Nesta oração, o complexo nominal “*um inimigo invencível*” é o Atributo e o item lexical “*câncer*” é o Portador. Refinando a análise do complexo nominal “*um inimigo invencível*”, é possível, ainda, identificarmos um duplo procedimento de RQ, no qual o câncer é qualificado por dois atributos: de ser “um inimigo” e de ser “invencível”.

Os procedimentos discursivos explicativos podem apresentar-se isoladamente ou articulados e, inclusive, encaixados. Desse modo, as informações vão sendo apresentadas em “doses” para que, ao final do texto, o objeto complexo, apresentado no

início do texto, resulte esclarecido. Para melhor explicitar como se dá esse processo, apresentamos, a seguir, alguns excertos como exemplificação do uso de procedimentos retóricos explicativos (isolados ou combinados) que constroem a representação do câncer.

#### 5.2.2.1 Representação por Identificação

A representação por Identificação (RI) pode ocorrer por definição ou classificação. Os excertos 68, 69, 70 e 71 são situações em que a RI se dá pela distinção entre o câncer e outras doenças ou males.

##### Excerto 68

[...] convertendo-se no mais mortal dos males atuais [RI por definição]. (#2, 1976, p. 44).

##### Excerto 69

Nas últimas décadas, apenas a AIDS ameaçou roubar-lhe o título de doença que causa mais horror e pânico à humanidade [RI por definição]. (#6, 1996, p. 76).

##### Excerto 70

[...] e chegara ao próximo século como a doença que mais mata no mundo [RI por definição]. (#6, 1996, p. 76).

##### Excerto 71

No Brasil, o câncer deve ser também a enfermidade mais letal do próximo século [RI por definição]. (#6, 1996, p. 78).

Já os Excertos 72, 73 e 74 são exemplos de RI por Classificação, na qual a entidade “câncer” é identificada a partir de sua posição/situação em determinados agrupamentos ou a partir de similaridades. Nos textos analisados, o procedimento de RI por classificação foi frequentemente usado para dimensionar gravidade e a letalidade da doença (ou de determinadas formas da doença) e as chances de cura.

##### Excerto 72

Mas a doença [o câncer de pulmão] continua a ser um dos maiores desafios da oncologia [RI por classificação]. (#10, 2001, p. 91).

### Excerto 73

O câncer é uma das doenças mais complexas com as quais a medicina já deparou [RI por classificação]. (#10, 2001, p. 97).

### Excerto 74

Era a reabertura, agora diante dos olhos de todo o país, do intenso drama pessoal vivido por Funaro desde outubro de 1982, quando soube que sofria de câncer linfático – uma das formas [RI por classificação] mais vorazes [RQ] da doença, mas, ao mesmo tempo, uma das [RI por classificação] que se combate [RM] com maior grau de êxito. (#5, 1986, p. 16).

No Excerto 74, os procedimentos de classificação estão articulados com outros procedimentos retóricos para explicar ao leitor a letalidade do câncer linfático e as chances de cura. No complexo nominal “*uma das formas mais vorazes da doença*”, há uma RI por classificação na expressão “*uma das formas mais*” e uma RQ em “*vorazes*”. Os dois procedimentos discursivos combinados explicitam ao leitor a dimensão e a gravidade do câncer linfático. Na expressão “*uma das que se combate com maior grau de êxito*”, usa-se novamente o procedimento RI por classificação para situar o leitor sobre as chances de cura. Nesta classificação, há uma RM encaixada (“que se combate”) que ocorre pela instanciação do processo “combater” em substituição ao processo “tratar”.

#### 5.2.2.2 Representação por Atribuição/Qualificação

O procedimento discursivo de Representação por Atribuição ou Qualificação (RQ) é um recurso que possibilita representar e, neste caso, explicar uma entidade a partir de seus atributos/características (Excertos 75 a 78).

### Excerto 75

Só que acompanhou um paciente de câncer sabe como essa doença pode ser cruel [RQ] em seu estágio terminal. (#6, 1996, p. 76).

### Excerto 76

O câncer no pulmão é um tumor agressivo [RQ] e quase sempre impossível de detectar [RQ] [...]. (VEJA, 1996, p.78)

### Excerto 77

“O câncer moldou a sua própria mitologia de um predador [RQ], obsceno [RQ] e demoníaco [RQ], um caçador [RQ] sombrio [RQ] e invencível [RQ]”, definiu o biólogo inglês Mel Greaves. (#21, 2010, p.103).

### Excerto 78

[...] “uma doença de mil faces [RQ], cada uma exigindo um tipo específico de medicamento e terapia para ser abordado com sucesso” [RR] [...]. (#4, 1985, p. 62).

No Excerto 78, o câncer é qualificado como uma doença “*de mil faces*” e, posteriormente, por meio de uma Representação por Reformulação (RR), o jornalista procura explicar a razão pela qual o câncer poder ser assim qualificado, isto é, por ser manifestar de diferentes formas, cada uma exigindo “*um tipo específico de medicamento e terapia para ser abordado com sucesso*”. A articulação de diferentes procedimentos discursivo permite o melhor esclarecimento do que está sendo representado.

#### 5.2.2.3 Representação por Reformulação

O procedimento de reformulação se realiza a partir de redundância e adição, quando um enunciado emitido anteriormente é retomado. Em determinadas sequências do texto, o procedimento de reformulação é usado para melhor explicar as qualificações do câncer. É o caso do Excerto 79.

### Excerto 79

Na maior parte dos casos, o câncer é uma doença de longa gestação [RQ]. Até ficar do tamanho aproximado de uma azeitona (que é quando o mal costuma a ser diagnosticado clinicamente) [RR], um tumor leva vinte anos em média. “São tumores que vicejam em silêncio [RQ], sem apresentar sintomas” [RR], atesta o patologista Osvaldo Giannotti Filho [...]. (#6, 1996, p. 79).

No excerto 79, o câncer é inicialmente explicado por uma de suas características, a de ser uma doença “*de longa gestação*”. A frase seguinte é uma reformulação, que explica por qual motivo a doença é de “*longa gestação*”. Nessa frase explicativa, há uma reformulação encaixada esclarecendo porque, normalmente, só é possível diagnosticá-lo quando alcança “*o tamanho aproximado de uma azeitona*”. Para reforçar essa estratégia explicativa, a voz do jornalista mobiliza a voz

do especialista, que qualifica tais tumores com a expressão “*que vicejam em silêncio*”. A qualificação “*vicejam em silêncio*”, por sua vez, é, em seguida, clarificada por meio de outra reformulação: “*sem apresentar sintomas*”. Assim, o processo explicativo se dá de maneira dosificada, procurando, ora ampliar (Excerto 80), ora delimitar/reduzir, por meio de aposto, a explicação (Excerto 81).

#### Excerto 80

Também não discute se o câncer linfático – um tumor da rede de vasos por onde circulam as defesas imunológicas do organismo [RR por glosa] – é melhor ou pior que outros tipos de câncer. (#5, 1986, p. 18).

#### Excerto 81

Certas modalidades de câncer de mama, o maior assassino de mulheres a partir dos 50 anos [RR por aposto], também decorrem de uma mutação que é passada de geração em geração [RQ]. (#6, 1996, p. 82).

No Excerto 81, verificamos, na RR por aposto, que o complexo nominal “*o maior assassino de mulheres a partir dos 50 anos*” oferece uma informação adicional ao câncer de mama por meio de uma RI encaixada.

#### 5.2.2.4 Representação por Metáfora

A Representação por Metáfora, procedimento predominante nos textos analisados, realiza-se por meio de comparações ou de substituições de um item lexical ou de itens lexicais por outros, oriundos de outros campos semânticos, que são instanciados para representar um participante da oração, um processo ou até mesmo uma circunstância. Os Excertos 82 e 83 são explicitamente RM por comparação. Além de apresentarem itens lexicais de campos semânticos distintos do campo semântico da medicina, utilizam o conector de comparação “*como*”.

#### Excerto 82

As células, como se fossem navios com radar, são carregadas de munição contra o câncer: [RM] drogas quimioterápicas. (#3, 1981, p. 58).

### Excerto 83

Numa comparação simples o câncer linfático está para outros cânceres como uma aranha venenosa [RM] está para um cachorro bravo [RM]. É terrivelmente letal, mas pode ser liquidada com um único pisão, enquanto as mordidas de um cachorro bravo, embora não mortais, não podem ser interrompidas com apenas um pontapé. (#5, 1986, p. 18).

Outras RM, no entanto, realizam-se somente pela substituição de itens lexicais na representação de participantes, processos e circunstâncias das orações (Excertos 84 a 89).

### Excerto 84

Nos combates [RM] intercelulares dá-se o grande salto: as células híbridas só bombardeiam [RM] as cancerosas e deixam em paz [RM] as outras. (#3, 1981, p. 58).

### Excerto 85

O médico Steven Rosemberg acaba de desferir um dos tiros mais certeiros [RM] contra células cancerosas. (#4, 1985, p. 60).

### Excerto 86

“O novo tratamento acerta o alvo [RM] mais próximo da mosca [RM] do que qualquer outro tentado até hoje”. (#4, 1985, p. 63).

### Excerto 87

[...] Rosenberg compôs um sólido mosaico de cursos que haveria de colocá-lo no front mais avançado da luta [RM] contra o câncer. (#4, 1985, p. 63).

### Excerto 88

A mira dos canhões [RM] radioativos hoje acerta tumores sem afetar tecidos vizinhos. (#10, 2001, p. 97).

### Excerto 89

O câncer ainda não pode ser derrotado [RM] num combate franco [RM], mas pela primeira vez em muitos anos as notícias vindas do front [RM] dos hospitais brasileiros constatam que o número de batalhas vencidas [RM] é maior que o de perdidas [RM]. (#10, 2001, p. 97).

Nos procedimentos de representação por metáfora, há uma predominância do campo semântico da guerra, especialmente na representação de ações relacionadas às pesquisas e ao tratamento da doença. A metáfora da guerra se reafirma como uma estratégia recorrente para explicar conhecimentos científicos relacionados ao campo



da medicina<sup>72</sup>. Os resultados quantitativos que apontam o alto grau de representações não congruentes sugerem, por consequência, um elevado grau de popularização do discurso sobre o câncer. Essa constatação nos parece coerente com o perfil da publicação, com o gênero discursivo reportagem de PC e com o objeto representado (o câncer).

A revista *VEJA* é uma publicação não segmentada e não especializada, voltada para um público leitor heterogêneo, o que implica em interlocutores não obrigatoriamente familiarizados com conceitos e terminologias do campo científico. O procedimento discursivo da metáfora, por meio de substituição de itens lexicais ou comparações, é adequado em situações nas quais o enunciador procura aproximar seu discurso ao que ele imagina que seja mais compreensível, instanciando elementos de campos semânticos que estejam mais presentes no cotidiano do seu interlocutor e que possam aclarar o conhecimento novo que está sendo socializado. Se considerarmos que gêneros de PC têm como propósito principal socializar e discutir conhecimentos científicos em contextos nos quais os participantes não são apenas especialistas, tal procedimento é adequado para explicar os novos conhecimentos aos conhecimentos prévios do interlocutor.

O procedimento de qualificação, o segundo em número de ocorrências, é adequado para expressar a posição das vozes em relação ao objeto que está sendo enunciado, neste caso, o câncer. A presença proeminente desse procedimento para explicar o câncer, inclusive pela voz do jornalista, reforça a ideia de que os textos dos diferentes gêneros discursivos presentes no contexto midiático não são neutros. Embora, a isenção (ou a tentativa de isenção) seja preconizada nas práticas jornalísticas, ela não se constitui em sinônimo de neutralidade. Nos textos midiáticos, sempre há um posicionamento, embora a posição do enunciador jornalista (voz mobilizadora e/ou articuladora das outras vozes) possa ser explicitada, dependendo do gênero discursivo, em maior ou menor grau.

---

<sup>72</sup> Williams Camus (2014), em seu estudo “Metaphors of Cancer in Scientific Popularisation Articles in the English and Spanish Press”, ao analisar artigos de popularização da ciência em quatro jornais – The Guardian e The Times (Inglaterra) e El País e El Mundo (Espanha) –, observou que o câncer, mais do que qualquer outra doença, é a que tem sido mais frequentemente relacionada com a metáfora da guerra, da violência e da agressividade. Aparentemente, as metáforas desse domínio servem para dar conta de diferentes aspectos do câncer. Uma característica já identificada – e criticada – pela escritora americana Susan Sontag em seu ensaio “Doença como metáfora” (2002), publicado originalmente em 1978. Sontag defendia uma visão das doenças livre de metáforas, pois, no entendimento da escritora, as metáforas usadas para representar o câncer criavam um efeito estigmatizante e discriminatório sobre os pacientes afetados pela doença.

### 5.3 AS PRINCIPAIS REPRESENTAÇÕES DO CÂNCER

Nos textos analisados, há o predomínio de ocorrências de representações por metáfora e por qualificação. Os campos semânticos mais mobilizados para explicar aspectos do campo científico são o bélico (guerra), o jurídico (condenação/sentença de morte) e o de contendas esportivas e/ou jogos de azar, embora itens lexicais de outros campos também, eventualmente, sejam usados para representar o câncer.

O item lexical “*quebra-cabeça*” (#3, 1981, p.62; #21, 2010, p. 108) representa a complexidade que envolve a doença (ou esse conjunto de doenças). Itens lexicais como “*fantasma*”, “*monstro*” (#21, 2010, p. 104), “*bomba-relógio*” (#25, 2013, p. 92) representam o câncer pelo medo e o temor que ele provoca; “*tragédia*” (#1, 1973, p. 44) e “*drama*” (#5, 1986, p. 17) constroem a representação da doença numa clara associação com gêneros discursivos artístico-literários marcados pela exaltação do sofrimento; “*trunfo*” (eleitoral) (#19, 2009, p.58) constrói uma representação de poder àqueles que são capazes de vencer a doença. Dependendo das circunstâncias (o tipo de câncer, os conhecimentos e tratamentos disponíveis e o prognóstico de cada caso), a doença (quando curada) confere ao paciente curado (“vencedor”) qualidades admiráveis. Essa condição admirável se dá em razão dos elevados riscos de morte pela a doença. Nesse sentido, as pessoas que conseguem a cura ou “vencê-lo” podem ser consideradas pessoas “*vitoriosas*” (#12, 2004, p. 154).

Ao longo de 40 anos, constatamos diferentes representações do câncer. No conjunto de representações mapeadas, algumas foram eventuais, construídas com um propósito específico: o câncer como “*trunfo*”, por exemplo. Outras representações, no entanto, são predominantes e recorrentes. Mesmo com os avanços científicos verificados nos 40 anos em análise, que permitiram elevar os índices de cura de muitos tipos de câncer, três representações negativas são reafirmadas ao longo desse período. São elas: (1) “inimigo de guerra”; (2) condenação; (3) opositor/oponente/adversário.

1. A representação do câncer como “inimigo de guerra” é construída principalmente pela substituição de processos como “pesquisar”, “diagnosticar” e “tratar” por processos de “combater” ou “lutar”. Tal substituição foi naturalizada, ao longo das décadas, consolidando a representação que compara os esforços da

ciência para compreender e tratar a doença como uma espécie de guerra na qual o inimigo é o câncer (Excertos 90 a 93) e os conhecimentos científicos, as “armas”.

#### Excerto 90

Sob o violento ataque químico [RM], as células do tumor vacilam, param e finalmente batem em retirada [RM], deixando milhões de mortos para trás. (#3, 1981, p. 54).

#### Excerto 91

Na eterna guerra [RM] entre a engenhosidade do homem e um dos [RI por classificação] mais antigos [RQ] e impiedosos [RQ] inimigos [RM], o câncer, a quimioterapia surge como uma arma revolucionária [RM]. (#3, 1981, p. 54).

#### Excerto 92

Como o alto comando de um exército, [RM] a interleucina-2 não entra em corpo-a-corpo [RM] com a doença. Na presença do inimigo [RM], sua primeira providência é enviar sinais químicos ordenando a multiplicação ininterrupta do contingente [RM] de glóbulos brancos, os soldados de defesa [RM] do organismo. [...] ordena a tropa que se arme e municie [RM] o equipamento. [...] os glóbulos brancos se tornam mais capacitados a combater [RM] as células cancerígenas e se multiplicam velozmente. [...] Os batalhões de estafetas [RM] formados por proteínas partem para avisar outras células da agressão [RM]. [...] As unidades de ação [RM] rápida, as chamadas “células assassinas” e os “fatores de necrose dos tumores” partem ao ataque [RM]. (#4, 1985, p. 61).

2. O câncer como uma “condenação/sentença de morte”. Embora em menor número de ocorrências, é uma representação construída para representar a letalidade da doença. São representações que emergem principalmente em situações em que o paciente se torna conhecedor do diagnóstico da doença ou da possibilidade de vir a ser portador de algum tipo de câncer. A representação do câncer como uma condenação está presente em todas as fases analisadas. Apesar do conhecimento científico desenvolvido para o diagnóstico e tratamento que permite, na atualidade, que muitos tipos de câncer sejam curados, persiste a representação da doença como uma condenação (Excertos 93 a 96).

#### Excerto 93

Nos Estados Unidos chegou-se a uma estatística chocante: um entre cinco operários que lidam com o mineral está irremediavelmente condenado [RM] à morte pelo câncer de pulmão. (#2, 1976, p. 49).

#### Excerto 94

[...] o que Rosenberg e sua equipe fizeram ao longo dos últimos meses com pacientes terminais sentenciados à morte [RM] pelos diagnósticos dos maiores cancerologistas do país [...] (#4, 1985, p. 62).

#### Excerto 95

A notícia [ter câncer] soa como uma inapelável sentença de morte e mutilação [RM]. Mas esse inimigo [RM] não é mais tão implacável [RQ]. O número de baixas [RM] ainda é grande (cerca de 9 500 em 2003, no Brasil), mas as conquistas [RM] obtidas pelos médicos vêm permitindo que um número cada vez maior de mulheres sobreviva. (#12, 2004, p. 150).

#### Excerto 96

A angústia e o medo embutidos na escolha de Angelina são difíceis de avaliar por quem nunca esteve na linha de tiro [RM] dessa condenação genética à morte [RM]. (#25, 2013, p. 91).

#### Excerto 97

Decidir extirpar as duas mamas é uma maneira radical, mas compreensível de afastar a sentença [RM] fatal [RQ] (#25, 2013, p. 91).

3. O câncer como “opositor/oponente/adversário” são representações análogas à representação de “inimigo de guerra”, que situam a doença como o ente contra o qual são deflagradas ações (processos), mas, em outros âmbitos, como uma disputa eleitoral, uma competição que pode envolver força física, astúcia ou até mesmo a sorte (Excertos de 98 a 101).

#### Excerto 98

O grande adversário [RI]: o câncer (#24, 2011, p. 78).

#### Excerto 99

Na corrida [RM] para encontrar o caminho mais eficaz para derrotar [RM] o câncer, uns apostam [RM] em drogas que induzem às células tumorais à morte natural. (#22, 2010, p. 98).

#### Excerto 100

O interferon só é usado hoje como ultimíssima cartada [RM] contra tipos raros de câncer. (#21, 2010, p. 107).

#### Excerto 101

[...] 200.000 brasileiros são anualmente sorteados [RM], segundo estimativas oficiais, na sinistra [RM] loteria [RM] do câncer – um número que deverá saltar em 1975. (#1, 1973, p. 44).

A manutenção e a reafirmação de tais representações nos parecem ser, além de procedimentos retóricos para explicar diferentes aspectos que envolvem a doença (conjunto de doenças), uma estratégia para atrair a atenção e conferir relevância sobre o conhecimento que está sendo socializado.

Enfatizar, na representação, a letalidade e a complexidade da doença, a importância da necessidade de diagnósticos precoces e de tratamentos cada vez mais especializados, implicitamente reforça a relevância da ciência e da própria PC, que se constituem, assim, como bens/serviços de grande valor. O processo de PC confere prestígio aos cientistas e demais especialistas, que têm seu trabalho reconhecido; possibilita aos leitores que se apropriam de determinados conhecimentos, antes circunscritos exclusivamente ao contexto científico (sentindo-se mais seguros para tomar determinadas decisões) e, ainda, lucro econômico e social à instituição jornalística. Além de ter lucro pela venda de exemplares da revista, a instituição jornalística *VEJA* consolida o seu prestígio social, cumprindo, assim, com os propósitos que preconiza nas suas campanhas publicitárias e institucionais e em seus editoriais (conforme apresentamos nas subseções 4.1.1 e 4.1.2).

Destarte, os participantes do gênero discursivo (a partir de suas respectivas posições enunciativas) conferem um determinado valor ao discurso científico recontextualizado. No bojo desse processo, podemos observar três importantes fenômenos que se constituem em fenômenos discursivos nos gêneros midiáticos: a espetacularização (DEBORD, 1997), a conversacionalização (FAIRCLOUGH, 1995) e a comodificação (FAIRCLOUGH, 1995, 2008).

#### 5.4 A ESPETACULARIZAÇÃO, A CONVERSACIONALIZAÇÃO E A COMODIFICAÇÃO: TRÊS FENÔMENOS DISCURSIVOS DO GÊNERO REPORTAGEM DE PC

O termo “espetacularização” é oriundo do conceito de “sociedade do espetáculo”, elaborado pelo pensador Guy Debord, na década de 1960, ao criticar a forma pela qual os meios de comunicação agiam na sociedade capitalista – vinculada às questões financeiras e ao *status* social, e, não, a outros princípios humanos. O conceito de espetacularização incorporou-se à análise dos fenômenos comunicacionais e está estreitamente vinculado à Teoria Crítica da Escola de Frankfurt. Entre os problemas da sociedade apontados pelos pensadores da Escola

e, posteriormente, por Debord (1997), está a “mercantilização” (comercialização) dos bens simbólicos, que se acentuou com o advento dos meios de comunicação de massa.

Debord (1997) identifica que a vida, nas sociedades de produção consideradas modernas, apresenta-se como uma imensa acumulação de espetáculos, na qual, o que antes era vivido diretamente, tornou-se uma representação.

Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. [...] A forma e o conteúdo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente. (DEBORD, 1997, p.14).

Crítico do sistema capitalista, Debord, em sua obra, considera não existir nada na cultura e na natureza que não tenha sido transformado ou poluído segundo os meios e os interesses da indústria moderna. Podemos perceber, nessa estratégia, a materialização do pensamento de Debord que, de certo modo, ecoa nas posições de Charaudeau (2010), que vê a informação midiática “minada de contradições” ao buscar seus objetivos por meio da fórmula da “maior credibilidade possível com maior número possível de receptores” (CHARAUDEAU, 2010, p. 86).

Nesse sentido, o uso de procedimentos, como analogia e qualificações (procedimentos retóricos mais recorrentes), associado a representações do mundo interior (emoções), especialmente na voz dos pacientes, constitui-se numa estratégia discursiva que confere emoção, humanização e dramatização ao discurso científico e evidencia os mecanismos do jornalismo – e da mídia em geral – para captar a atenção do público. Essa estratégia remete ao que defende Charaudeau (2010, p. 86-93), que identifica, no “discurso das mídias”, duas visadas que envolvem a informação: a do “fazer saber” e a do “fazer sentir”. A finalidade da primeira relaciona-se à busca do “grau zero de espetacularização da informação, para satisfazer os princípios de seriedade ao produzir efeitos de credibilidade” (CHARAUDEAU, 2010, p. 92), enquanto que, a da segunda relaciona-se com “escolhas estratégicas apropriadas à encenação da informação para satisfazer o princípio de emoção ao produzir efeitos de dramatização” (CHARAUDEAU, 2010, p. 92). Nessa perspectiva, nos textos analisados, os discursos são construídos metaforicamente numa ambiência de guerra.

Na tensão entre os polos de credibilidade e de captação, quanto mais as mídias tendem para o primeiro, cujas exigências são as da austeridade e racionalismo, menos tocam o grande público; quanto mais tendem para a captação, cujas exigências são as da imaginação dramatizante, menos creíveis serão. (CHARAUDEAU, 2010, p. 93).

Se o que norteia a ciência é a racionalidade (que pode ser entendida como o grau zero de emoção), o jornalismo, ao agregar emoção às informações resultantes de pesquisas, promove um processo de recontextualização do discurso científico por meio da “espetacularização”. Tal fenômeno se dá, principalmente, pelo realce da humanização nas vozes dos pacientes, que constroem representações de seu mundo interior (sofrimento, medos, angústias, etc.), fato que contribui para realçar outros aspectos da “espetacularização”, como a doença – comparada a um “inimigo” “cruel”, “traíçoeiro” (#11, 2003, p. 144; #12, 2004, p.156) , “invencível”, “predador obscuro e demoníaco, um caçador sombrio e invencível” (#21, 2010, p.103) – e os avanços da ciência – comparáveis aos recursos usados numa guerra, como “mísseis teleguiados” (#11, 2003, p.148), “canhões radioativos” (#10, 2001, p.97) e “alto comando de um exército” (#4, 1985, p.63). No bojo do fenômeno da espetacularização, está inserido outro fenômeno discursivo, que Fairclough (1995) denomina de “conversacionalização”. Ele emerge por meio de um processo de interlocução muito próximo e direto entre as vozes presentes no discurso recontextualizado e o leitor. As estratégias e os recursos discursivos usados nesse processo criam um efeito de aproximação das vozes com o leitor (subseções 5.1.1 a 5.1.5). Informações e emoções se entrecruzam, numa simulação de conversa face a face. Conselhos (nas vozes do jornalista e dos especialistas, que orientam o leitor nas suas decisões e ações) e confidências (principalmente nos discursos dos pacientes, que compartilham com o leitor suas experiências repletas de emoções) se mesclam nos textos. O processo de PC, em certa medida, possibilita criar, ainda, a impressão de menor assimetria entre especialistas e não especialistas.

Assim, a recontextualização “espetacularizada” do discurso científico torna possível alcançar diferentes fins. Ao informar a sociedade sobre os avanços da ciência, segue uma lógica mercantilista e, sutilmente, transforma “conhecimentos” e “informações” em mercadoria. A mercantilização dos bens simbólicos (BOURDIEU, 2007) se coaduna com a “marketização” do discurso, um fenômeno salientado por Fairclough, que o denomina de “comodificação” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 255-263). O conhecimento científico recontextualizado no discurso de PC torna-se uma

*commodity*, um produto a ser socializado em textos que conjugam aspectos de publicidade. Além de se constituir como um produto em si (“vendido” para informar, entreter e até emocionar os leitores), a socialização de conhecimentos pode funcionar implicitamente como veículo para “vender” ideias e mercadorias/serviços, como, por exemplo, exames sofisticados para diagnosticar a doença, tipos alternativos e/ou paliativos de tratamento, drogas de alto valor econômico usadas nos tratamentos, cirurgias reparadoras, etc.

Desse modo, a construção do discurso da mídia, sob a ótica do marketing, busca atingir uma sociedade imersa em uma cultura consumista e promocional. Fairclough (1995, p. 12) entende que a “marketização” se dá pela busca do “aumento da construção de audiências como consumidores e o aumento da pressão de produtores como parte de uma normalização e naturalização do comportamento consumista e uma cultura do consumo [...]”. Esse novo discurso, no entanto, apresenta imprecisões, generalizações e contradições. No caso da representação do câncer, o discurso de PC mostra-se pouco preciso. Ao longo da história do “câncer”, os conhecimentos científicos desenvolvidos tornaram possível identificar mais de 800 doenças que têm um traço comum: o desenvolvimento desordenado das células. Apesar desse detalhamento, nas reportagens do *corpus*, usa-se o item lexical “câncer” para representar esse conjunto que inclui mais de 800 doenças. Até mesmo entre os especialistas há os que justificam que esse conjunto de doenças pode ser referenciado pelo mesmo termo “câncer”, por terem em comum esse traço característico, o crescimento anormal das células (MUKHERJEE, 2012, p.13).

Se considerarmos que nesse leque de doenças há algumas mais letais que outras, algumas com índices de cura muito mais elevados que outras, é pertinente indagar: não seria mais adequado nomear de modo mais específico cada uma dessas doenças? Tal justificativa revela o alto grau de imprecisão e generalidade da representação da doença (ou desse conjunto de doenças). Nessa mesma lógica, poderíamos, então, representar e nomear com um mesmo item lexical, por exemplo, as aves, os humanos, os cães e os gatos pelo simples fato de todos possuírem pernas – embora cães e gatos tenham quatro e aves, assim como humanos, tenham duas, porém com o diferencial de que podem alçar voos.

Imprecisões e generalizações, que causam, frequentemente, descompassos entre jornalistas e cientistas mais rigorosos na publicização de conhecimentos científicos (LAGE, 2001), podem ser entendidas como a busca de fazer compreender



e aproximar o universo da ciência do universo em que vive e pensa o consumidor da informação. Para os jornalistas, mais importante do que a exatidão (ver seção 2.3) é a compreensibilidade do texto para um público geralmente amplo, extenso e disperso. Exatidão, pormenores e variáveis do universo da ciência são aspectos do mundo que, aparentemente, não se constituem em material jornalístico que possa interessar leitores pouco familiarizados com o percurso metodológico (em geral, considerado demorado) do mundo científico. Em trecho de uma das reportagens analisadas (Excerto 102), o jornalista, numa tentativa de esclarecer a razão pela qual a cura do câncer não se concretizara – apesar dos esforços dos cientistas e das inúmeras reportagens já veiculadas anunciando que ela estaria próxima de ser alcançada –, em certa medida, procura explicitar os princípios da ciência na contemporaneidade e também justificar o descompasso existente entre a lógica científica e a lógica midiática.

#### Excerto 102

[...] o mundo de hoje não é um mundo de descobertas – ou seja, do desvendamento súbito de uma realidade ou de uma possibilidade científicas que até então estavam ocultas. As descobertas de hoje têm uma natureza diferente. Elas não derivam mais de um fato ou de uma inspiração isolados – fazem parte, isso sim, de um processo. Desta forma, afloram como fruto de um encadeamento, às vezes longo, às vezes tortuoso, de pesquisas, experiências e idéias que vão se interligando, recebendo novas influências e abrindo pistas, até resultar num avanço efetivamente aplicável. (#4, 1985, p. 66).

No excerto acima, o jornalista sugere que o tempo da ciência, em comparação ao tempo da lógica midiática, é demasiado lento. Na sociedade contemporânea, que exige cada vez mais novidades a cada nova semana ou dia (e nos últimos anos, em tempo real), é necessário oferecer ao público leitor um novo “espetáculo”, um novo “produto”, num prazo de tempo cada vez menor.

Nessa pressão da sociedade de consumo, a mídia, em especial a imprensa, precisa oferecer respostas mais rápidas às indagações sociais, inclusive sobre um conjunto de doenças que ainda demanda esforços para a sua plena compreensão. Na falta delas, ocupa-se em anunciar os pequenos avanços e até as incertezas científicas e, assim, salienta emoções, alimenta medos e até cria heróis. Dessa forma, a narrativa do câncer no contexto da mídia contempla a lógica de produção e consumo.

A pressão da sociedade de consumo, no âmbito midiático, é tão marcante que emerge, inclusive, nos próprios textos das reportagens analisadas. No Excerto 103, é explicitamente desvelado o quanto a ciência também está inserida na lógica (ou no “ritual”) da sociedade de consumo.

### Excerto 103

As falsas esperanças contra o câncer seguem um ritual publicitário. Cientistas de alguma universidade de prestígio internacional ou pesquisadores de um grande laboratório farmacêutico anunciam uma descoberta que pode vir a ser, em pouco tempo, a arma definitiva contra a doença. Às notícias se seguem reações eufóricas. Não é para menos. Afinal, raras doenças produzem tanto horror quanto o câncer – o espectro das dores insuportáveis, das mutilações e mortes. Tudo que um doente e o seus familiares querem ouvir é que ainda existe esperança. (#10, 2001, p. 91).

Desse modo, as narrativas midiáticas atendem a diferentes demandas. O discurso científico, ao ser recontextualizado, recebe doses de emoção e de informalidade e, assim, constitui-se em material de grande interesse midiático. A emoção, ingrediente em abundância em outros gêneros discursivos, como filmes e novelas, também é inserida nos gêneros jornalísticos, que representam aspectos do mundo, como a política, as celebridades e os conhecimentos científicos. Nesse espaço privilegiado do contexto midiático, onde circulam discursos, é o lugar aonde, de algum modo, vai sendo construída mais amplamente a narrativa da humanidade e dos conhecimentos capazes de serem desenvolvidos ao longo de um processo sócio-histórico.

Dessa forma, por meio da “espetacularização”, da “conversacionalização” e da “comodificação”, os conhecimentos oncológicos, gerados em muitos anos de pesquisa, vão sendo socializados. Nossa tese é que tais conhecimentos, quando explicados por meio de metáforas e qualificações, resultaram na reafirmação de uma representação do câncer como um “inimigo” de uma guerra, por outro lado, possibilitaram a desconstrução alguns mitos sobre a doença e mudanças na representação dos pacientes, resultando numa expressiva diminuição da estigmatização dos pacientes e de preconceitos em relação a eles. Na década de 1970, quando o conhecimento científico ainda era insuficiente para determinar, por exemplo, se o câncer era ou não uma doença contagiosa, os pacientes conviviam com a rejeição e, em alguns casos, com a exclusão social. Muitos preferiam esconder a condição de pacientes. Graças aos avanços científicos obtidos nas décadas seguintes

e ao processo de PC, essa situação foi, aos poucos, sendo modificada. Hoje, os pacientes não são mais excluídos do convívio social. Pelo contrário, eles foram, pela linguagem, alçados à condição de “heróis”.

Essa mudança importante no discurso, no entanto, sugere uma contradição, pois não foi suficiente para desconstruir uma representação ainda tão negativa do “câncer” e erradicar demonstrações de temor em relação à doença. Desse modo, faz-nos retomar a indagação que originou este estudo: por que, apesar dos significativos avanços científicos (que permitem que muitos pacientes obtenham a cura ou sobrevida em boas condições), essa doença ou conjunto de doenças ainda causa tanto temor? Parte da explicação reside, justamente, nessa aparente contradição. Ao construir essa nova representação dos pacientes como heróis, o discurso de PC, nos textos analisados, reforça o medo em relação à doença, pois sugere que as pessoas, acometidas de câncer, para alcançar a cura, precisam ser muito mais do que pacientes em tratamento; necessitam ter qualidades e atitudes admiráveis, próprias de um herói, para “vencer o inimigo”. Não basta ser simplesmente – e somente – paciente, no sentido mais estrito e contemporâneo do termo: “pessoa doente, sob cuidados médicos” (LUFT, 2001, p. 496). Ter câncer implica, por exemplo, em “lutar”, “combater” (processos recorrentes em muitas reportagens), sentir “*como se estivesse carregando uma bomba-relógio*” (#25, 2013, p.92), apresentar “*bravura e otimismo*” (#21, 2010, p.103) e “*demonstração de coragem*” (#23, 2011, p. 83), realizar ações “heroicas” (#25, 2013, p. 91).

Essa “espetacularização” exacerbada no gênero reportagem de PC, que poderia/deveria ser atenuada pelo predomínio da visada do “fazer saber” e não do “fazer sentir”, no entanto, não invalida totalmente o processo de PC. Embora os conhecimentos desenvolvidos pela ciência ainda não sejam capazes de curar todos os pacientes (alguns tipos de câncer ainda apresentam elevados índices de óbito), tais saberes, ao serem postos em circulação pelo discurso de PC, estão evitando que muitos morram em vida (como acontecia, principalmente, até a década de 1970). Fisicamente, ainda se morre por câncer. Socialmente, há condições para que isso não mais aconteça.



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos capítulos desta tese de doutoramento, analisamos diacronicamente, entre 1973 e 2013, a representação do câncer no gênero reportagem de PC na revista *VEJA*. Baseamo-nos em 25 textos selecionados pelo critério com “chamada na capa”, tendo a Análise Crítica de Gênero (ACG) como perspectiva de abordagem. O objetivo geral deste estudo foi desdobrado em quatro objetivos específicos: (1) verificar os eixos temáticos (angulação) mais recorrentes na representação do câncer (a doença, os pacientes, os avanços científicos) ao longo de 40 anos; (2) identificar as vozes presentes no processo de recontextualização do discurso científico, suas posições enunciativas e os papéis que assumem no gênero; (3) mapear as estratégias e procedimentos retóricos adotados nesse processo; (4) analisar as representações construídas em relação à doença, aos doentes e ao processo de tratamento do câncer ao longo do período delimitado para o estudo.

Uma vez que nossa perspectiva de análise reconhece a relação estreita entre texto e contexto, inicialmente realizamos uma pesquisa de inspiração etnográfica, por meio de análise documental, com o propósito de identificar quais expectativas interacionais e valores culturais são manifestados pelos editores da revista *VEJA*. Para tanto, recorreremos à leitura de publicações (impressas, eletrônicas) a respeito da instituição *VEJA*, especialmente de anúncios institucionais, mensagens publicitárias, cartas ao leitor/carta do editor e editoriais, a fim de melhor situarmos a linha editorial da revista, a autoimagem institucional construída e apresentada aos seus leitores, os seus propósitos sociais, os valores defendidos e/ou ações preconizadas – ou seja, diferentes aspectos que nos permitissem compreender o perfil da instituição jornalística que, ao mobilizar outras vozes, construiu a representação do câncer nos últimos 40 anos.

Nessa etapa da pesquisa, constatamos que a revista *VEJA* é uma publicação de informação geral não segmentada nem especializada. Seus leitores, de acordo com levantamento realizado em 2012 pelo Instituto de Pesquisa Marplan EGM, são predominantemente das classes sociais A, B e C, adultos e com leve predomínio do

de público feminino. Nos textos institucionais e publicitários<sup>73</sup>, a *VEJA* reafirma sua autorrepresentação de ser “a maior e mais respeitada revista do Brasil”.

Após a sistematização de informações sobre o contexto institucional onde a representação do câncer foi construída, dedicamo-nos à análise dos textos do *corpus* analítico. A análise textual foi realizada em três etapas. Na primeira etapa, buscamos identificar a angulação temática das reportagens (o que foi evidenciado na abordagem (a doença, os avanços científicos ou o(s) paciente(s))). A angulação de cada reportagem nos forneceu pistas para inferir a respeito de quais fatos ou acontecimentos relacionados ao câncer e considerados de interesse jornalístico deflagraram o processo de popularização do discurso da ciência.

Do sentido apreendido nos 25 textos, identificamos mudanças de angulação na narrativa que se construiu ao longo de 40 anos, a qual sistematizamos em cinco fases: (1) fase de explicar a doença; (2) fase de acalantar esperanças; (3) fase de deflagrar guerra e enfatizar a prevenção; (4) fase de comemorar as vitórias da ciência; (5) fase de ressaltar o protagonismo/heroísmo dos pacientes.

Na segunda etapa da análise textual, dedicamo-nos a identificar as vozes mobilizadas pelo(s) jornalista(s) no processo de recontextualização do discurso científico e que contribuíram com a voz do jornalista para a construção de representações do câncer. No conjunto de textos analisados, constatamos maior número de vozes na posição enunciativa “pesquisador-colega/técnico/instituição” (155 ocorrências), seguida da posição enunciativa dos “pesquisadores” (78), dos “pacientes” (57), do “público” (49) e do “governo” (23). Os dados nos sugerem que, na perspectiva da revista *VEJA*, o processo da recontextualização do discurso científico a respeito do câncer se dá principalmente nos espaços em que são aplicados os conhecimentos gerados pela ciência. O discurso de PC na revista *VEJA*, a partir de um processo de interlocução deflagrado pela instituição jornalística, ressocializa esses resultados numa ação articulada com outras vozes mobilizadas pelo jornalista para repercutir ou discutir tais conhecimentos. Assim, o discurso de PC apresentado nas reportagens da revista *VEJA* analisadas neste estudo aparentemente estaria num segundo momento de socialização do discurso científico.

Constatamos ainda que, no gênero reportagem (com abordagem menos factual e mais temática), o processo de interlocução pode ser deflagrado pela instituição

---

<sup>73</sup> Cf. <<http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impressa>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

jornalística para compartilhar conhecimentos científicos (ainda desconhecidos do leitor), mas não necessariamente “novidades” científicas para os especialistas. Tais conhecimentos, que a instituição jornalística entende como relevantes para compartilhar com o público leigo, em geral, estão circunscritos ao contexto dos especialistas e são desconhecidos pelos leitores. Isso explicaria o menor número de ocorrências da voz do pesquisador e, inclusive, a ausência dessa voz em alguns dos textos analisados

A(s) voz(es) do(s) cientista(s), em grande parte, são mobilizadas quando, na abordagem, é necessário explicar os resultados de pesquisas e os procedimentos metodológicos. Já a(s) voz(es) que assumem a posição enunciativa de colega-pesquisador/técnico/instituições especializadas são mobilizadas para desempenhar diferentes papéis: avaliar as descobertas científicas, explicar a aplicabilidade do conhecimento científico para prevenção, diagnóstico e tratamento, além de enfatizar a importância do conhecimento desenvolvido a respeito da doença. As vozes de gestores públicos ou governo são convocadas para avaliar o impacto do câncer na sociedade e os seus possíveis desdobramentos no âmbito social, político e econômico. A(s) voz(es) mobilizadas na posição enunciativa público (amigos, familiares de pacientes e outras pessoas consideradas não especialistas), em geral, realizam o papel de explicar o impacto da doença no convívio social e familiar. É uma voz que, normalmente, solidária à voz do paciente na explicação dos efeitos (principalmente psicossociais) gerados pela doença. A voz do paciente, que ao longo do período analisado foi recebendo maior espaço, tem a função de explicar o câncer a partir de uma experiência existencial compartilhada com o leitor, oferecendo a ele a possibilidade de também “sentir” o que é a experiência de viver ou ter a doença. A voz do(s) jornalista(s) que assinam o texto é mais difícil de ser percebida, pois não apresenta as credenciais e está diluída e mesclada às outras vozes que se manifestam no texto. No entanto, as manifestações linguísticas dessa voz podem ser percebidas, por exemplo, em perguntas retóricas, em proposições (respondendo antecipadamente a hipotéticas perguntas de um interlocutor), no uso do modo imperativo e no reconhecimento da existência do “outro”, o leitor.

Nas duas etapas finais, analisamos a representação do câncer propriamente (e, por consequência, a representação dos pacientes e das ações para o tratamento da doença) a partir de estratégias e/ou recursos discursivos mobilizados nesse processo de recontextualização do discurso científico. Para tanto, inicialmente,

procuramos seguir os seguintes passos: (1) identificar o esquema prototípico de explicação em cada uma das reportagens; (2) mapear os procedimentos retóricos presentes; (3) interpretar como tais procedimentos entram em funcionamento para explicar o câncer e, por consequência, construir a representação da doença. Os procedimentos retóricos mapeados foram sistematizados em quatro categorias: Representação por Identificação (RI), Representação por Qualificação (RQ), Representação por Reformulação (RR) e Representação por Metaforização (RM).

Ao analisarmos os dados quantitativos, verificamos o predomínio dos procedimentos discursivos de RM (368) e RQ (152) e um número equilibrado dos demais procedimentos, RI (77) e RR (56). Os campos semânticos mais mobilizados para explicar metaforicamente aspectos do campo científico são o bélico (guerra), o jurídico (condenação/sentença de morte) e o de contendas esportivas e/ou jogos de azar, embora itens lexicais de outros campos também tenham sido eventualmente instanciados para representar o câncer.

Mesmo com os avanços científicos verificados no período analisado, que permitiram elevar os índices de cura de muitos tipos de câncer, três representações são reafirmadas ao longo desse período: (1) “inimigo de guerra”; (2) “condenação”; (3) “opositor/oponente/adversário”. A representação do câncer como “inimigo de guerra” é construída principalmente pela substituição de processos como “pesquisar”, “diagnosticar” e “tratar” por processos como “combater” ou “lutar”. Tal substituição foi naturalizada, ao longo das décadas, consolidando a representação que compara os esforços da ciência para compreender e tratar a doença como uma espécie de guerra na qual o “inimigo” é o câncer e os conhecimentos científicos, as “armas”. O câncer como uma “condenação/sentença de morte”, construída para representar a letalidade da doença, também se mantém ao longo do período estudado – apesar de, em alguns textos, ser refutada (o que ratifica o pressuposto de sua existência).

As representações construídas especialmente por meio de metáforas e qualificações (“inimigo”, “cruel”, “traíçoeiro”, etc.), resultaram na personificação do câncer e de uma representação pouco precisa a respeito do que é a doença ou, mais precisamente, um conjunto de mais de 800 doenças. O processo de PC, por outro lado, resultou numa mudança social importante: a diminuição de preconceitos em relação aos pacientes. Dos anônimos e indefesos – “*J.A.A., 58 anos, sexo masculino, cor preta, estado geral precário, portador de um adiantado carcinoma nas cordas vocais*” e “*L.M.S., 37 anos, sexo feminino, cor branca, estado geral satisfatório,*



*pequenininhos grãos alastrando-se no seio*” (VEJA, ed. 239, 1973) – até a atriz Angelina Jolie (VEJA, ed. 2322, 2013) e o seu “heroísmo” (por expor publicamente a sua condição de potencial portadora de câncer) há muito mais do que um espaço temporal de 40 anos. Entre eles, há uma significativa diferença de representação e de identidade social.

Na década de 1970, quando o conhecimento científico ainda era insuficiente para determinar, por exemplo, se o câncer era contagioso, os pacientes conviviam com a estigmatização e a rejeição e, em alguns casos, com a exclusão social. Muitos preferiam esconder a condição de pacientes. J.A.A., 58 anos e L.M.S., 37 anos, por exemplo, foram apenas mencionados na reportagem publicada em 1973. Não “ouvimos” suas “vozes” (não lhes foi dada a oportunidade de falar ou, se foi, preferiam se calar), pois era um tempo muito difícil para os pacientes de câncer. A doença os afligia fisicamente e socialmente. Nas décadas seguintes, graças aos avanços científicos obtidos e ao próprio processo de PC, essa situação foi, aos poucos, modificando-se. O discurso de PC abriu espaço para discussões sobre a doença. A palavra “câncer” deixou de ser pronunciada em sussurros. Entrevistas com os pacientes ganharam espaço nas páginas da revista para relatarem suas experiências e a manifestação de suas vozes, nos textos analisados, passou a receber um espaço destacado. Pela linguagem, ao longo do tempo, passaram a ser representados como “vitoriosos” e alçados à condição de “heróis”.

Assim, defendemos a tese de que a narrativa do câncer no gênero discursivo reportagem de PC ao longo de 40 anos apresenta mudanças e reafirmações. Mudanças na representação do paciente, mas reafirmações/reiteraões na representação da doença. A reafirmação da representação da doença como um “inimigo de guerra” estrategicamente realça a nova representação dos pacientes e confere ainda mais importância aos avanços da ciência. Os conhecimentos científicos e a sua aplicabilidade são realçados por representações metafóricas como “*as frentes de batalha anti-câncer*” (#1, 1973, p. 48), ou “*como o alto comando de um exército a interleucina-2 não entra em corpo-a-corpo com a doença [...] na presença do inimigo, sua primeira providência é enviar sinais químicos ordenando a multiplicação ininterrupta do contingente de glóbulos brancos, os soldados de defesa do organismo*” (#4, 1985, p. 64). Dessa forma, no discurso de PC são articuladas estratégias de humanização, “dramatização” (CHARAUDEAU, 2010, p. 92) e “espetacularização” (DEBORD, 1997, p. 14). O discurso científico recontextualizado no contexto midiático,

por meio de procedimentos retóricos e estratégias discursivas, é despido da linguagem formal (mais característica dos gêneros acadêmicos) e revestido de emoção pela combinação das visadas do “fazer saber” e do “fazer sentir” (CHARAUDEAU, 2010, p. 86-93).

Além disso, os conhecimentos são compartilhados por meio de um efeito de aproximação das vozes manifestadas no texto com o leitor. Este fenômeno, denominado de “conversacionalização” (FAIRCLOUGH, 1995), que se dá no bojo do fenômeno da “espetacularização” (DEBORD, 1997), também contempla a lógica mercantilista. A “conversacionalização” e a “espetacularização” se coadunam, produzindo um terceiro fenômeno, a “comodificação” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 255-263) do discurso. Em certa medida, o processo de PC realizado pela linguagem torna-se uma *commodity*, um produto que adquire valor econômico. As práticas sociais e discursivas, no referido gênero, adquirem um valor mercadológico, pois se constituem em material de cunho informacional e até mesmo de entretenimento pelo qual os leitores pagam. Tais práticas também conferem prestígio (poder simbólico) aos pesquisadores, especialistas, médicos e/ou instituições; além de divulgarem serviços disponíveis para diagnosticar e tratar a doença. Em contrapartida, o discurso de PC também se constitui por seu valor social. No caso do câncer, pode, por exemplo, incentivar na realização de ações voltadas à prevenção da doença e ao diagnóstico precoce ou até mesmo mudar a representação dos pacientes, de forma a evitar sua exclusão do convívio social, como ocorria anteriormente. Pela linguagem, são reafirmadas representações do câncer, mas também por meio dela se constrói uma nova representação dos pacientes.

Nessa perspectiva, “a prática discursiva é constitutiva tanto de maneira convencional como criativa; contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 92). O estudo dos discursos nos possibilita compreendermos essa relação dialética e, assim, reiterarmos a centralidade da linguagem na vida social. Na linguagem podemos identificar mudanças no contexto social e pela linguagem mudanças (como a representação dos pacientes) podem ser realizadas.

## REFERÊNCIAS

ANDER-EGG, E. **Introducción a las técnicas de investigación social**: para trabajadores sociales. 7. ed. Buenos Aires: Humanitas, 1978.<sup>74</sup>

ASKEHAVE, I.; SWALES, J. M. Identificação de gênero e propósito comunicativo: um problema e uma possível solução. In: BEZERRA, B. G.; BIASI-RODRIGUES, B.; CAVALCANTE, M. M. **Gêneros e sequências textuais**. Recife: EDUPE, 2009, p. 221-247.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa: Tzvetan Todorov; Introdução e tradução: Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.

BARTON, E. Inductive discourse analysis: discovering rich features. In: BARTON, E.; STYGALL, G. (Eds.). **Discourse studies in composition**. Cresskill: Hampton Press, 2002. p. 19-42.

BAZERMAN, C. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

BEACCO, J-C. et al. Science in media and social discourse: new channels of communication, new linguistic forms. **Discourse Studies**, London, v. 4, n. 3, p. 277-300, 2002.

BECHARA, E. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.<sup>75</sup>

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Tradução: Floriano de Souza Fernandes. 32. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

BERNSTEIN, B. **A estruturação do discurso pedagógico**: classe, códigos e controle. Petrópolis: Vozes, 1996.

BHATIA, V. K. **Analysing genre**: language use in professional settings. London: Longman, 1993.

BHATIA, V. K. Applied genre analysis: a multi-perspective model. **Ibérica**, Castellón, v. 4, p. 3-19, 2002.

BHATIA, V. K. **Worlds of written discourse**: a genre-based view. London: Continuum, 2004.

---

<sup>74</sup> 1969 (1. ed.).

<sup>75</sup> 1961 (1. ed.).

BONINI, A. Os gêneros do jornal: questões de pesquisa e ensino. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006. p. 57-70.

BONINI, A. The distinction between news and reportage in the Brazilian journalistic context: a matter of degree. In: BAZERMAN, C., BONINI, A; FIGUEIREDO, D. (Eds.). **Genre in a changing world**. Indiana: PalorPress, 2009. p. 196-222. Disponível em: <[wac.colostate.edu/books/genre/genre.pdf](http://wac.colostate.edu/books/genre/genre.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2013.

BONINI, A. Critical genre analysis and professional practice: the case of public contests to select professors for Brazilian public universities. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 10, p. 485-510, 2010.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BRAGA, J. L. Circuitos versus Campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós. 2012.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>>. Acesso em 30 out 2013.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Instituto Nacional de Câncer. Coordenação de Prevenção e Vigilância. **Parâmetros técnicos para programação de ações de detecção precoce do câncer da mama**: recomendações para gestores estaduais e municipais. Rio de Janeiro: INCA, 2006. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/inca/Arquivos/publicacoes/Parametrostexto.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2012.

BRETON, P.; PROULX, S. **Sociologia da comunicação**. Tradução: Ana Paula Castellani. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2006.<sup>76</sup>

CALSAMIGLIA, H. Popularization discourse. **Discourse & Society**, London, v. 5, n. 2, p. 139-146, 2003.

CALSAMIGLIA, H.; VAN DIJK, T. Popularization discourse and knowledge about genome. **Discourse & Society**, London, v. 15, n. 4, p. 369-389, 2004.

CALSAMIGLIA, H.; TUSÓN, A. **Las cosas del decir**. Manual de análisis del discurso. 3. ed. Barcelona: Ariel, 2012.

CARNEIRO, T. R. A. Faixas salariais x classe social: qual a sua classe social? **A vida é feita de consumo**, São Paulo, 11 maio 2015. Disponível em: <<http://blog.thiagorodrigo.com.br/index.php/faixas-salariais-classe-social-abep-ibge?blog=5>>. Acesso em: 15 jun. 2015.

---

<sup>76</sup> A segunda edição da obra (1993) foi traduzida para o Brasil em 2002.

CHAPARRO, M. C. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução: Angela S. M. Corrêa. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

CHEONG, Y. Y. The construal of ideational meaning in print advertisements. In: O'HA LLORAN, K. L. (Ed.). **Multimodal discourse analysis**: systemic functional perspectives. London: Continuum, 2004. p. 164-195.

CHERUBINE, S. **Dicionário de figuras de linguagem**. São Paulo: Pioneira, 1989.

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

CIAPUSCIO, G. E. Metáforas e ciência. Tradução: Lourdes Grzybowski. Publicado originalmente na revista Ciencia Hoy. **Educação Pública**, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://www.educacaopublica.rj.gov.br/biblioteca/fisica/0005.html>>. Acesso em: 20 dez. 2012.

CIVITA, V. Carta do Editor. **Veja**, São Paulo, ano 1, n. 1, p. 20-21, set. 1968.

CIVITA, R. Ponto de vista: a dura tarefa de transformar o importante em interessante. **Veja**, São Paulo, n. 42, p. 146., jun. 1998. Edição especial integrante da *Veja* n. 1569.

CIVITA, R. Carta do editor: os primeiros quarenta anos. **Veja**, São Paulo, n. 2077, p. 14, set. 2008. Edição especial.

CIVITA, V. Carta do editor. **Veja**, São Paulo, ano 10, n. 523, p. 18-19, set. 1978 .

CIVITA, V.; CIVITA, R. Carta ao leitor. **Veja**, São Paulo, ano 20, n. 1045, p. 43, set. 1988.

COLUSSI, L. **A reescritura da informação científica em textos de popularização da ciência**. 2002. 102 f. Dissertação (Mestrado em Letras)—Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2002.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução: Magda França Lopes. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CUNHA, M. A.; SOUZA, M. M. **Transitividade e seus contextos de uso**. São Paulo: Cortez, 2011.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Tradução da 5. ed. norte-americana: Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.<sup>77</sup>

EDITORA ABRIL. [Anúncio publicitário]. Veja, São Paulo, ano 10, n. 523, p. 117.

EDITORA ABRIL. Publiabril. Veja. **Circulação**. São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impressa?anchor=circulation>>. Acesso em: 07 nov. 2015.

ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991.<sup>78</sup>

FAIRCLOUGH, N. **Language and power**. New York: Longman, 1989.

FAIRCLOUGH, N. **Media discourse**. New York: Edward Arnold, 1995.

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

FAIRCLOUGH, N. **Language and globalization**. London: Routledge, 2006.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Tradução: Izabel Magalhães. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2008.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma analítica da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.<sup>79</sup>

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2011.<sup>80</sup>

FUZER, C.; CABRAL, S. R. S. (Orgs.). **Introdução à gramática sistêmico-funcional em língua portuguesa**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Artes e Letras, Departamento de Letras Vernáculas, Núcleo de Estudos em Língua Portuguesa, 2010.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GERHARDT, L. B. **A didatização do discurso da ciência na mídia eletrônica**. 2011, 184 f. Tese (Doutorado em Letras)–Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011. Disponível em: <[http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=3876](http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3876)>. Acesso em: 10 abr. 2013.

---

<sup>77</sup> A obra foi traduzida para o Brasil (1993) a partir da 5ª edição norte-americana (1989).

<sup>78</sup> 1978 (1. ed.).

<sup>79</sup> 1975 (1. ed.).

<sup>80</sup> 1989 (1. ed.).

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.<sup>81</sup>

GOMES, I. A. **A divulgação científica em Ciência Hoje**: características discursivo-textuais. 2000, 287 f. Tese (Doutorado em Lingüística)–Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2000.

HALL, S. et al. A produção social das notícias. In: TRAQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega Editoria, 1999. p. 224-248.

HALLIDAY, M. A. K. **An introduction to functional grammar**. 2nd. ed. London: Edward Arnold, 1994.

HALLIDAY, M. A. K. **The language of the science**. London: Continnum, 2004. 243 p. (Collected Works of M. A. K. Halliday, v. 5)

HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. **An introduction to functional grammar**. 3rd. ed. London: Edward Arnold, 2004.

HASAN, R. Part B. In: HALLIDAY, M. A. K.; HASAN, R. **Language, context and text**: aspects of language in a social-semiotic perspective. Oxford: Oxford University, 1985, p. 3-49.

HOHLFELDT, A. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Orgs.). **Teorias da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2001.

HENDGES, G. R. Procedimentos e categorias para a análise da estrutura textual de gêneros. In: MOTTA-ROTH, D.; CABAÑAS, T.; HENDGES, G. R. (Orgs.). **Análises de textos e de discursos**: relações entre teorias e práticas. Santa Maria: PPGL Editores, 2008. p. 101-129.

HYLAND, K. **Metadiscourse**: exploring interaction in writing. London: Continuum, 2005.

HYLAND, K. Applying a gloss: exemplifying and reformulating in academic discourse. **Applied Linguistics**, Oxford, v. 28, n. 2, p. 266-285, 2007.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. Coordenação Geral de Ações Estratégicas. Divisão de Apoio à Rede de Atenção Oncológica. **Diretrizes brasileiras para o rastreamento do câncer do colo do útero**. Rio de Janeiro: INCA, 2011. Disponível em: <[http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/Diretrizes\\_rastreamento\\_cancer\\_colo\\_uterio.pdf](http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/Diretrizes_rastreamento_cancer_colo_uterio.pdf)>. Acesso em: 10 out. 2013.

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. Coordenação Geral de Ações Estratégicas. Coordenação de Educação. **ABC do câncer**: abordagens básicas para o controle do câncer. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: INCA, 2012. Disponível em: <[http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/livro\\_abc\\_2ed.pdf](http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/livro_abc_2ed.pdf)>. Acesso em: 09 out. 2013.

---

<sup>81</sup> 1987 (1. ed.).

INSTITUTO NACIONAL DE CÂNCER. Coordenação de Prevenção e Vigilância. **Estimativa 2014**: incidência de câncer no Brasil. Rio de Janeiro: INCA, 2014. Disponível em: <<http://www.inca.gov.br/estimativa/2014/estimativa-24042014.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2015.

IPSOS BRASIL. **Estudos Marplan/EGM Consolidado 2012**. 2012.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images**: the grammar of visual design. London/New York: Routledge, 1996.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Multimodal discourse**: the modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001.

KRISTEVA, J. A palavra, o diálogo e o romance. In: \_\_\_\_\_. **Semiótica do romance**. Lisboa: Arcádia, 1978. p. 69-99.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAGE, N. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2004.

LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

LAGE, N. **Estrutura da notícia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006.

LAKOFF, G.; JOHNSON, M. **Metaforas de la vida cotidiana**. Traducción: Carmen González Marín. Madri: Ediciones Cátedra, 1995.

LATOUR, B. **Science in action**: how to follow scientists and engineers through society. Cambridge: Havard University Press, 1987.

LYOTARD, J. F. **A condição pós-moderna**. Tradução de Ricardo Corrêa Barbosa. 6. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

LOVATO, C. S. Movimentos e passos retóricos canônicos em notícias de popularização da ciência da revista Ciência Hoje Online. In: MOTTA-ROTH, D.; GIERING, M. E. (Orgs.). **Discursos de popularização da ciência**, Santa Maria: PPGL Editores, 2009. 343 p. (Coleção HiperS@beres, 1).

LOVATO, C. S. **Análise de gênero**: investigação da organização retórica de notícias de popularização da ciência na revista Ciência Hoje On-line. 2010a. 116 f. Dissertação (Mestrado em Letras)–Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.



LOVATO, C. S. Recontextualizando os saberes científicos: a glosa em notícias de popularização da ciência. **Revista de Letras**, Curitiba, v. 12, n. 13, p. 1-16, jul./dez. 2010b. Disponível em: <<http://www.dacex.ct.utfpr.edu.br/13%20-%20RECONTEXTUALIZANDO.pdf>> Acesso em: 30 set. 2013.

LOVATO, C. S. **Homogeneidade discursiva em notícias de popularização da ciência nas revistas Ciência Hoje Online e Galileu**. 2014. 193 f. Tese (Doutorado em Letras)–Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2014. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/admin/teses/cristina%20dos%20santos%20lovato.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2015.

LUFT, C. P. **Minidicionário Luft**. 20. ed. São Paulo: Ática, 2001.

MAGALHÃES, I. Introdução: a análise de discurso crítica. **Delta**, São Paulo, v. 21, p. 1-9, 2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-4450200500030002>>. Acesso em: 20 abr. 2012. Número especial.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucena, 2006. p. 23-45.

MARCUZZO, P. **Ciência em debate?** Uma análise das vozes no gênero notícia de popularização científica. 2011. 173 f. Tese (Doutorado em Letras)–Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2011.

MARQUES DE MELO, J. **Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MARTIN, J. R. **English text: system and structure**. Philadelphia/Amsterdam: John Benjamins, 1992.

MARTIN, J. R.; WHITE, P. **The language of evaluation: appraisal in English**. New York: Palgrave, 2005.

MASTELLA, V. Mais em menos: a nominalização e o “empacotamento” nas manchetes em capas da revista *VEJA*. In: SOUZA, A. E.de; CAMARGO, M. A. S. (Orgs.). **Pesquisa, ensino e produção no contexto universitário**. Curitiba: CRV, 2014, p. 125-142.

MASTELLA, V. O câncer de mama e suas metáforas: o uso de metáforas como estratégia discursiva na representação da doença, no processo de Popularização da Ciência. In: SOUZA, A. E. de; CAMARGO, M. A. S. (Orgs.) **Discursos, ensino e práticas socioculturais**. Curitiba: CRV, 2015. p. 265- 294.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The emergence of American political issues: the agenda-setting, function of the press**. Saint Paul: West Publishing, 1977.

MCLUHAN, M. O meio é a mensagem. In: \_\_\_\_\_. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969. p. 21-37.

MELLO, H. A. B.; REES, D.K. A etnografia na sala de aula de segunda lingual: definindo o que é essencial. **Signótica**, Goiânia, v. 22, n. 2, p. 515-539, jul./dez. 2010.

MEURER, J. L. Uma dimensão crítica do estudo de gêneros textuais. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros textuais**: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002. p.17-29.

MEURER, J. L. Ampliando a noção de contexto na Linguística Sistemico-Funcional e na Análise Crítica do Discurso. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 4, p. 133-157, 2004. Número especial.

MEURER, J. L. Gêneros textuais na análise crítica de Fairclough. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros**: teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 81-106.

MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. Introdução. In: \_\_\_\_\_. (Orgs.). **Gêneros textuais**: subsídios para o ensino da linguagem. Bauru: EDUSC, 2002. p. 9-14.

MILLER, C. Gênero como ação social. In: DIONÍSIO, Angela Paiva; HOFFNAGEL, Judith Chambliss (Orgs.). **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009a. p. 21-44.

MILLER, C. Comunidade retórica: a base cultural de gênero. In: DIONÍSIO, A. P.; HOFFNAGEL, J. C. (Orgs.). **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009b. p. 45-58.

MITO. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Mito>>. Acesso em: 27 jun. 2015.

MOTTA-ROTH, D. Questões de metodologia em análise de gêneros. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). **Gêneros textuais**: reflexões e ensino. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucena, 2006. p. 145-163.

MOTTA-ROTH, D. **Análise crítica de gêneros com foco em artigos de popularização da ciência**. Projeto de Produtividade em Pesquisa PQ/CNPq (nº 301962/2007-3). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2007. Disponível em: <[http://coralx.ufsm.br/desireemroth/Projeto\\_Comite\\_Etica.pdf](http://coralx.ufsm.br/desireemroth/Projeto_Comite_Etica.pdf)>. Acesso em 18 out 2011.

MOTTA-ROTH, D. Análise crítica de gêneros: contribuições para o ensino e a pesquisa de linguagem. **Delta**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 341-383, 2008.

MOTTA-ROTH, D. Popularização da ciência como prática social e discursiva. In: MOTTA-ROTH, D.; GIERING, M. E. **Discursos de popularização da ciência**. Santa Maria: PPGL Editores, 2009. p. 130-195 (Coleção hipers@beres). v.1. Disponível em: <<http://coralx.ufsm.br/hipersaberes/volumel/textos/t9.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2011.

MOTTA-ROTH, D. **Análise crítica de gêneros discursivos em práticas sociais de popularização da ciência**. Projeto de Produtividade em Pesquisa PQ/CNPq (nº 479830/2012-6). Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, 2010.

MOTTA-ROTH, D. et al. Polifonia em notícias de popularização da ciência sob a ótica sistêmico-funcional. In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO DE LINGÜÍSTICA SISTÊMICO-FUNCIONAL DA AMÉRICA, 4., 2008, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: UFSC, 2008. p. 133-146.

MOTTA-ROTH, D.; HEBERLE, V. O conceito de estrutura potencial do gênero de Ruqayia Hasan. In: MEURER, J. L.; BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos e debates**. São Paulo: Parábola Editorial, 2005. p. 21-28.

MOTTA-ROTH, D.; LOVATO, C. S. Organização retórica do gênero notícia de popularização da ciência: um estudo comparativo entre português e inglês. **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 9, n. 2., p. 233-271, ago. 2009.

MOTTA-ROTH, D.; MARCUZZO, P. Ciência na mídia: análise crítica de gênero de notícias de popularização científica. **RBLA**, Belo Horizonte, v. 10, n. 3, p. 511-538, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbla/v10n3/a02v10n3.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2012.

MOUILLAUD, M.; PORTO, S. D. (Orgs). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora UnB, 2002.

MUKHERJEE, S. **O imperador de todos os males: uma biografia do câncer**. Tradução: Berilo Vargas. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

MYERS, G. Discourse studies of scientific popularization: questioning the boundaries. **Discourse Studies**, London, v. 5, n. 2, p. 265-279, 2003.

NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**. Contexto, 2004.

NOELLE-NEUMANN, E. **La espiral del silencio – opinión pública: nuestra piel social**. Barcelona: Paidós, 1995.

OLÍMPIO, H de O. Nominalização, memória discursiva e argumentação. **Soletas**, São Gonçalo, ano 6, n. 12, p. 76-87, jul./dez. 2006.

OLIVEIRA, F. **Jornalismo científico**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

PAGANO, A. Genes, ovelhas e discos compactos: alguns aspectos das reescritas de descobertas científicas. In: MACHADO, I.; L. CRUZ, A.; LYSARDO-DIAS, D. **Teorias e práticas discursivas: estudos em análise do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 1998, p. 55-72.

PENA, F. **Teorias do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

PEREIRA JUNIOR, L. C. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.

POPPER, K. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Editora Cultrix, 1975.

PRADO, L. Almap cria para Veja. **Clube Online**, São Paulo, 09 ago. 2009. Disponível em: <<http://www.ccsp.com.br/ultimas/53966/resultado-busca>>. Acesso em: 15 set. 2013.

PRADO, L. Almap cria para Veja. **Clube Online**, São Paulo, 25 set. 2009. Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br/ultimas/pre-estreia-mi-90/>>. Acesso em: 17 set. 2013.

PRADO, L. Almap assina campanha de aniversário de Veja. **Clube Online**, São Paulo, 11 set. 2013. Disponível em: <<http://www.ccsp.com.br/site/ultimas/65823/45-anos>>. Acesso em: 25 set. 2013.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. **Dicionário de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Ática, 1998.

RAMALHO, V. C. V. S. Constituição da análise crítica do discurso: um percurso teórico-metodológico. **Signótica**, Goiânia, v. 17, n. 2, p. 275-298, jul./dez. 2005.

REDAÇÃO ADNEWS. Veja ganha campanha de aniversário criada pela AlmapBBDO. **Adnews**, São Paulo, 11 set. 2013. Disponível em: <<http://www.adnews.com.br/midia/em-seu-aniversario-veja-ganha-campanha-criada-pela-almappbdo>>. Acesso em: 25 set. 2013.

RESENDE, V. de M.; RAMALHO, V. C. V. S. Análise de discurso crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas: implicações teórico-metodológicas. In: **Linguagem em (Dis)curso**, Tubarão, v. 5, n. 1, p. 187-205, jul./dez. 2004. Disponível em: <[http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem\\_Discurso/article/view/307/323](http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Linguagem_Discurso/article/view/307/323)>. Acesso em: 11 out. 2011.

RESSWITZ, F. **Análise textual**. Clube de Autores: Joinville, 2008.

SANTOS, R. L. **Metáforas lexicais em estruturas verbais e mentais em notícias de popularização da ciência**. 2010. 95 f. Dissertação (Mestrado em Letras)– Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010. Disponível em: <[http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/admin/dissertacoes/dissertacao\\_rogeria.pdf](http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/admin/dissertacoes/dissertacao_rogeria.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2012.

SARDINHA, T. B. **Metáfora**. São Paulo: Parábola, 2007.

SCHERER, A. S. **Engajamento e efeito de monologismo no gênero notícia de popularização científica**. 2013. 167f. Dissertação (Mestrado em Letras)– Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2013. Disponível em: <[http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/admin/dissertacoes/scherer\\_2013\\_dissertacao.pdf](http://w3.ufsm.br/desireemroth/images/admin/dissertacoes/scherer_2013_dissertacao.pdf)>. Acesso em: 06 nov. 2013.

SERVAN-SCHREIBER, D. **Anticâncer**: prevenir e vencer usando nossas defesas naturais. Tradução: Rejane Janowitz. Rio de Janeiro: Objetiva, 2008.

SILVERMAN, D. **Interpreting qualitative data**: methods for analysing talk, text and interaction. London: Sage Publications, 2001.

SOCIEDADE PORTUGUESA DE ONCOLOGIA. **Dicionário de palavras frequentes em oncologia**. 2. ed. Portugal: Bloom Up, 2011. Disponível em: <<http://www.sponcologia.pt/wp-content/uploads/2010/11/dicionarioOncologia.pdf>>. Acesso em: 10 out. 2013.

SODRÉ, M.; FERRARI, M. H. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. 1. ed. São Paulo: Summus, 1986.

SONTAG, S. **A doença como metáfora**. Rio de Janeiro: Graal, 2002.

STOKING, S. H. Como os jornalistas lidam com as incertezas científicas. In: MASSARANI, L.; TURNEY, J.; MOREIRA, I. C. **Terra incógnita**: a interface entre ciência e público. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2005. p.161-182.

SWALES, J. **Genre analysis**: english in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

SWALES, J. **Research genres**: explorations and applications. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

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

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Tradução: Grupo de Estudos sobre Ideologia, Comunicação e Representações Sociais da PUC-RS. Petrópolis: Vozes, 2002.

TRAQUINA, N. **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.

TRAQUINA, N. **O poder do jornalismo**: análise e textos da teoria do agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004. 1 v.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005. 2 v.

TRASK, R. L. **Dicionário de linguagem e lingüística**. São Paulo: Contexto, 2004.

TUCHMAN, G. **Making news**: a study in the construction of reality. New York: Free Press, 1978.

UTARD, J. M. O embaralhamento nos gêneros midiáticos. In: **Revista Comunicação e Espaço Público**, Brasília, ano 4, n. 1 e 2, p. 65-82, 2003.

VAN DIJK, T. **Discurso e poder**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

VAN DIJK, T. Por uma teoria da comunicação científica: discurso, conhecimento, contexto e compreensão da sociedade. In: GOMES, M. C. A.; CATALDI, C.; MELO, M. S. de S. **Estudos discursivos em foco**: práticas de pesquisa sob múltiplos olhares. Viçosa: Ed. UFV, 2011. p. 19-40.

VAN LEEUWEN, T. **Introducing social semiotic**. London; New York: Routledge, 2005.

VAN LEEUWEN, T.; JEWITT, C. **Handbook of visual analysis**. London: SAGE Publications Ltd., 2004.

VEJA. Carta ao Leitor. **Veja**, São Paulo, n. 2338, p. 20, set. 2013.

VEJA. **Acervo Digital Veja**. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/acervodigital/home.aspx>>. Acesso em: 30 out. 2012.

VEJA. **Revista Impressa**. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/marcas/veja/plataformas/revista-impressa>>. Acesso em: 07 nov. 2015.

WALSH, K. Quantitative vs qualitative research: a false dichotomy. **Journal of Research in Nursing**, London, v. 17, n. 1, p. 9-11, 2012. Disponível em: <<http://jrn.sagepub.com/content/17/1/9>>. Acesso em: 20 mai. 2013.



WATSON-GEGEO, K. A. Ethnography in ESL: defining the essentials. **TESOL Quarterly**, Malden, v. 22, n. 4, p. 575-592, 1988.

WILLIAMS CAMUS, J. T. **Metaphors of cancer in scientific popularisation articles in the english and spanish press**. 2014. 301. p. Tesis (Doctorat en Traducció i Ciències del Llenguatge), Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 2014.

WOLF, M. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

ZIMAN, J. **Public knowledge**: an essay concerning the social dimensions of science. Cambridge: The University Press, 1968.

## ANEXO A – PONTO DE VISTA – OS 30 ANOS DA REVISTA VEJA



**Roberto Civita**      **Ponto de vista**

A dura tarefa de transformar o importante em interessante

É uma satisfação informar os leitores corretamente, contar-lhes a verdade e opinar — sempre — com coragem e independência".

É para mim — e para todos nós da Abril — uma enorme alegria e um grande orgulho comemorar os 30 anos de VEJA. Lamento, apenas, que nosso fundador, meu pai, Victor Civita, já não esteja aqui para celebrar o aniversário da grande revista que ele tornou possível e que tantas preocupações e satisfações lhe trouxe durante os 22 anos em que foi seu editor. Lembro-me do orgulho dele na noite em que VEJA nasceu, em setembro de 1968, da sua aflição quando — apenas três meses depois — chegaram o AI-5 e a censura, dos longos anos em que a revista perdia todo o dinheiro que a editora ganhava e das múltiplas vezes em que ele concordou em me dar "mais três meses" para chegar ao equilíbrio. Lembro-me, também, da paciência do nosso inesquecível "VC" com o bando de jovens que o jornalista Mino Carta, primeiro diretor de redação de VEJA, e eu juntamos para fazer a revista e da sua disposição em servir de "pára-raios" às broncas, ameaças, pressões e sanções que caíam sobre a Abril enquanto insistíamos em dizer — ou insinuar — o que não se podia. Isso incluiu a apreensão de duas edições, a censura durante oito longos anos e o corte de toda e qualquer verba de publicidade do governo e suas empresas estatais como resposta a qualquer crítica. Mas a angústia e a aflição da primeira década da revista também serviram para reforçar nossas convicções democráticas e aumentar a capacidade de enfrentar a raiva de governantes contrariados. Com o fim dos "anos de chumbo" e o início traumático da redemocratização, o país e VEJA — naquele período sob a direção de José Roberto Guzzo e Elio Gaspari — mergulharam numa outra batalha: a da década perdida para a estagflação. Mas, felizmente (e graças ao Plano Real), o longo pesadelo acabou, e tanto o Brasil como VEJA começaram a colher os frutos da estabilidade: enquanto o produto interno bruto aumentava 10,3% entre 1994 e 1995, a circulação média de VEJA saltou de 836.000 exemplares semanais em 1994 para 1,1 milhão de exemplares no ano seguinte, o que consolidou sua posição não apenas como a maior revista do país, mas também como o semanário de informação mais vendido no mundo, fora dos Estados Unidos. Antes disso, entretanto, atravessamos outra turbulência traumática, desta vez uma que nós mesmos contribuímos para criar: a ascensão e queda de um jovem presidente que parecia estar inaugurando uma nova era e que acabou — sem querer — acelerando o processo de maturação política do país, por meio da percepção fundamental de que a lei deve estar acima — e não a serviço — dos governantes. Quando Mario Sergio Conti e eu resolvemos publicar — em maio de 1992 — as primeiras denúncias de Pedro Collor contra seu irmão Fernando, e continuamos martelando o tema de corrupção nos mais altos escalões do governo com mais uma dúzia de capas nos meses seguintes, muitos dos meus supostos "amigos" deixaram de me

reconhecer ou cumprimentar. Mas, quando Collor finalmente caiu, em fins de setembro, todo mundo veio dizer que tinha "salvado" o Brasil. Assim, além de contribuir para o triunfo da lei, VEJA me deu a oportunidade de reconfirmar quão poucos amigos verdadeiros pode ter um editor que leva sua missão a sério. Evidentemente, também há enormes satisfações embutidas na gigantesca tarefa de editar VEJA, hoje dirigida por Tales Alvarenga. A principal delas é poder honrar o compromisso que assumimos com os leitores desde o início: informá-los corretamente, contar-lhes a verdade e opinar — sempre — com coragem e independência. Há a sensação do dever cumprido no combate à tortura, à violência, ao arbítrio, à legislação anacrônica, ao racismo e à corrupção. Há o privilégio de trabalhar com tantos jornalistas, administradores e publicitários de talento e imaginação. E o desafio permanente de tentar explicar os porquês e as implicações dos eventos que sacodem o Brasil e o planeta. Há, adicionalmente, o prazer de ver a revista utilizada como ponte entre a teoria e a realidade em milhares de salas de aula de todo o país e — acima de tudo — o orgulho de ter desenvolvido um papel fundamental na conscientização política de milhões de brasileiros, na insistência em transparência, integridade e eficácia da parte dos governos. Orgulhamo-nos também por insistir na difícil arte de escrever bem, na transformação do importante em interessante, na preocupação com a isenção e a responsabilidade jornalística e no fortalecimento da livre iniciativa e das nossas instituições democráticas. Faço votos, do fundo do meu coração, que possamos continuar fazendo isso cada vez melhor ao longo de todo o próximo século!

*Roberto Civita é presidente da Editora Abril e editor de VEJA*

Foto: Paulo Fridman

Fonte: Reprodução a partir de CIVITA, R. Ponto de vista: a dura tarefa de transformar o importante em interessante. **Veja**, São Paulo, n. 42, p. 146., jun. 1998. Edição especial integrante da Veja n. 1569.



## ANEXO B – CARTA DO EDITOR – OS PRIMEIROS 40 ANOS DA REVISTA VEJA

### Carta do Editor | Roberto Civita

#### Os primeiros quarenta anos

Esta Edição Especial de VEJA comemora os primeiros quarenta anos de história da revista com uma retrospectiva dos principais acontecimentos no Brasil e no mundo, com destaque para 1968, o ano da criação da revista, e 2008, quando os brasileiros finalmente começam a desfrutar da maturidade econômica, política e social conquistada no decorrer das quatro últimas décadas. Para a nossa enorme satisfação e orgulho, VEJA continua sendo a maior, a mais influente e a mais prestigiada revista brasileira. Atribuímos isso ao compromisso permanente da revista com os seus mais de 5 milhões de leitores, e com o Brasil. Desde a sua primeira edição, em setembro de 1968, VEJA está empenhada em apresentar semanalmente não apenas um grande leque de informações confiáveis, mas também o contexto e a análise que permitem colocar os fatos em perspectiva e entendê-los melhor.

É fundamental, para isso, que a revista seja independente, isenta, inteligente e responsável. Que não admita pressões de governos e governantes, amigos e inimigos, acionistas e anunciantes. Que busque a objetividade. E que esteja comprometida – sempre – com a liberdade e a verdade.

Evidentemente, não basta declarar boas intenções para realizá-las. É preciso reunir centenas de competentes jornalistas, treiná-los, motivá-los e liderá-los com sensibilidade, imaginação e talento. VEJA tem conseguido fazer isso ao longo destes anos todos, graças em especial aos seus extraordinários e sucessivos Diretores de Redação Mino Carta, José Roberto Guzzo, Mario Sergio Conti, Tales Alvarenga e – atual e notadamente – Eurípedes Alcântara.

O sucesso de VEJA depende – acima de tudo – do fato de ela ser útil aos seus leitores. Depende também de milhares de outras pessoas envolvidas na sua impressão, comercialização, operação de assinaturas, distribuição e entrega. E das centenas de agências de publicidade e anunciantes que reconhecem a importância da revista e tanto contribuem para viabilizá-la com os seus belos e informativos anúncios.

Nada mais oportuno, neste momento de celebração, que reiterar o compromisso permanente de VEJA com a transformação do importante em interessante, com a isenção e a responsabilidade jornalística, e com a defesa intransigente dos interesses do Brasil. Como escreveu o nosso fundador, meu pai, Victor Civita, nos dez anos da revista:

*"O leitor sabe de que lado lutamos ao longo desses agitados, controvertidos, mas certamente estimulantes anos de vida. E sabe, também, onde nos encontrará amanhã".*

Jorge Butsuem



**SER ÚTIL**  
**Roberto e Victor Civita em 1984:**  
**defesa dos interesses do leitor e do**  
**Brasil**



## ANEXO C – CARTA AO LEITOR – HÁ 45 ANOS SEMPRE A FAVOR DO BRASIL

### CARTA AO LEITOR

#### Há 45 anos sempre a favor do Brasil



"Procuramos homens e mulheres inteligentes e insatisfeitos, que leiam muito, sempre perguntem 'por quê?' e queiram colaborar na construção do Brasil de amanhã", dizia o anúncio escrito por Roberto Civita e publicado meses antes do lançamento de VEJA, em setembro de 1968, em *Realidade*, *Claudia* e *Quatro Rodas*, revistas de grande circulação da Editora Abril.

Foi assim que Roberto Civita, que morreu em maio passado, recrutou a primeira leva de jornalistas de VEJA. Desde o número 1 até a edição comemorativa de 45 anos, os profissionais de sucesso de VEJA são homens e mulheres inteligentes e insatisfeitos, ávidos por leitura, que buscam entender o porquê das coisas, dispostos a cerrar fileiras a favor dos seus leitores e, como consequência, do Brasil.

Na fala com que se despediu do pai, Giancarlo Civita reverberou o espírito construtivo, de curiosidade permanente e de justiça que motivou o anúncio de 1968. Disse Giancarlo: "Durante toda a sua vida Roberto Civita mostrou em atos e palavras que uma nação de verdade, viável e justa, não nasce ao acaso. Ela precisa ser construída. Ele tinha certeza de que as ferramentas para isso são a educação e a liberdade de expressão".

A edição especial, na versão impressa, nos tablets e aqui no site de VEJA, é uma cápsula do tempo, quase meio século, com o registro essencial do espírito da revista. Em cada detalhe estão a coragem de contrariar unanimidades burras, o destemor e a transparência na exposição de seu ponto de vista e a obsessão pela qualidade editorial, pela notícia inédita e pela reflexão original. Nada como o teste do tempo para perceber o real valor de uma revista. Só assim podem ficar patentes a constância, a firmeza de princípios e sua aplicação sob as mais adversas circunstâncias.

Ao chegar a seus 45 anos de vida, VEJA pode se orgulhar de ter passado com louvor nesse teste. O relato de fatos que os governos prefeririam ver ocultos nos pôs em confronto com o poder em diversos momentos de nossa história. Em 1969, mesmo sob a censura dos militares, VEJA estampou na capa uma reportagem sobre as torturas praticadas por extremistas impunes do regime. Em 1977, Cuba era uma ilha de mistério envolta em enigmas, e seu líder, Fidel Castro, personagem hostil ao governo brasileiro. Fidel foi capa de VEJA naquele ano. Em 1997, foi capa da revista o tropeço ético de um governo, de outra forma virtuoso, que deixou prosperar um esquema de compra de votos no Congresso visando à reeleição do presidente Fernando Henrique Cardoso. Obedeceu à mesma tábua de princípios a decisão de VEJA de publicar reportagens sobre corrupção no governo do PT.

O especial 45 anos revisita 45 momentos cruciais, mostra como eles foram tratados pela revista e, com a ajuda de articulistas, sobrepesa suas consequências atuais. Foram escolhas árduas a princípio, mas tudo se clareou assim que nos fixamos no critério de que só daríamos destaque a fatos que mudaram a trajetória política, econômica, social, científica, cultural ou tecnológica do Brasil e do mundo. A versão para tablets, que pode ser baixada de graça, tem conteúdos exclusivos, como minidocumentários que contam os primeiros tempos da revista, os anos de censura e os bastidores de grandes reportagens. As matérias que serviram de base para a edição foram digitalizadas e podem ser lidas na íntegra. Além disso, os textos são complementados por recursos interativos como áudios, vídeos e reproduções de documentos que aumentam a experiência de imersão histórica.

Boa leitura!

## **ANEXO D – ARQUIVOS DIGITALIZADOS DO *CORPUS* DE ANÁLISE**

As 25 reportagens publicadas pela revista *VEJA* que formam o *corpus* de análise deste estudo foram digitalizadas e estão disponíveis para consulta em mídia eletrônica (CD-R) anexa a este trabalho.