

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PERNAMBUCO  
PRÓ-REITORIA ACADÊMICA  
COORDENAÇÃO DE PESQUISA  
MESTRADO EM CIÊNCIA DA LINGUAGEM**

**LEONARDO ARIEL GROSSKREUTZ FELIPE**

**ESTRATÉGIAS IDEOLÓGICAS NO DISCURSO ELEITORAL PARA O GOVERNO  
DO ESTADO DE PERNAMBUCO: UM OLHAR DA ACD**

**Recife -PE  
2015**

**LEONARDO ARIEL GROSSKREUTZ FELIPE**

**ESTRATÉGIAS IDEOLÓGICAS NO DISCURSO ELEITORAL PARA O GOVERNO  
DO ESTADO DE PERNAMBUCO: UM OLHAR DA ACD**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências da Linguagem, da Universidade Católica de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre em Ciências da Linguagem com área de concentração em análise Crítica do Discurso, e linha de pesquisa em Processo de Organização Linguística. Sob orientação do Prof. Dr. Moab Duarte Acioli.

**Recife -PE  
2015**

F315e

Felipe, Leonardo Ariel Grosskreutz

Estratégias ideológicas no discurso eleitoral para o  
Governo do Estado de Pernambuco : um olhar da ACD /  
Leonardo Ariel Grosskreutz Felipe ; orientador Moab  
Duarte Acioli, 2015.  
93 f. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de  
Pernambuco. Pró-Reitoria Acadêmica. Coordenação Geral  
de Pós- Graduação. Mestrado em Ciências da Linguagem,  
2015.

1. Análise crítica do discurso. 2. Ideologia. I. Título.

CDU 801

**ESTRATÉGIAS IDEOLÓGICAS NO DISCURSO ELEITORAL PARA O GOVERNO  
DO ESTADO DE PERNAMBUCO: UM OLHAR DA ACD**

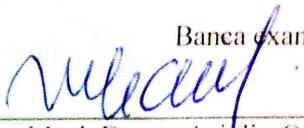
**AUTOR: LEONARDO ARIEL GROSSKREUTZ FELIPE**

**ORIENTADOR: DR. MOAB DUARTE ACIOLI**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências da Linguagem, da Universidade Católica de Pernambuco, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do Título de Mestre em Ciências da Linguagem.

Aprovado em 28 de agosto de 2015.

Banca examinadora:

  
\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Moab Duarte Aciole - Orientador

  
\_\_\_\_\_  
Profª. Dra. Renata Fonseca Lima da Fonte

  
\_\_\_\_\_  
Profª. Dra. Sandra Helena Dias de Melo

**Recife -PE  
2015**

Este trabalho não seria concretizado sem o apoio, esforço, paciência e compreensão do professor Moab Acioli. Agradeço igualmente a Universidade Católica de Pernambuco e ao corpo docente do Mestrado em Ciências da Linguagem pela oportunidade de estudo. Por último, e não menos importante, lembro de minha família e minha esposa pelo amor incondicional.

*"Gramática vai além das regras formais de correção. É um meio de representar os padrões de experiência... Ela permite aos seres humanos construir uma imagem mental da realidade, para dar sentido a sua experiência, ao que se passa ao seu redor e dentro deles."*

Michael Halliday

*"A Alfabetização visual vai começar a ser uma questão de sobrevivência, especialmente no local de trabalho."*

Kress e Van Leeuwen

## RESUMO

A presente pesquisa é um estudo qualitativo, analítico e documental sob à luz da Análise Crítica do Discurso (ACD). Investiga as estratégias discursivas presentes na campanha eleitoral para a disputa do poder ao Governo de Pernambuco em 2014. Como objetivo geral, pretende-se averiguar os recursos verbais e não verbais da campanha eleitoral para o governo do Estado, uma estratégia de manipulação ideológica destinada a manutenção da hegemonia. Dessa forma, serão investigadas as táticas midiáticas do vencedor do último pleito através da delimitação do corpus, este constituído por um tipo de gênero dos retratos, o “santinho”. Distribuído na corrida eleitoral, o santinho carrega a imagem do candidato e é utilizado como ferramenta de aproximação do mesmo com seu eleitor. O estudo se fundamenta nos conceitos de deslocamento e de dissimulação de figuras políticas, para engrandecer a figura do candidato, apresentados por Thompson (1995). A visão da ideologia como os espíritos do passado, apresentada por Marx e Engels, e a concepção latente da ideologia de Thompson (1995) auxiliam na compreensão das relações de poder e dominação. Faz-se imprescindível, portanto, compreender como funcionam a ideologia e os aparelhos ideológicos explicados por Gramsci (1966), Althusser (1983) e Santos (1987). Bobbio (1995) e Giddens (1996) ajudam a entender a maneira pela qual a noção de direita e esquerda molda a realidade política e estrutura o processo hegemônico. Logo, essa dissertação tem como a discussão do momento histórico de luta da população por melhorias estruturais na política. O trabalho também tenta contribuir para um entendimento das relações, muitas vezes silenciosas, de dominação às quais o eleitorado está subjugado. Os fundamentos de análise e compreensão do discurso apresentados pela ACD permitirão olhar de maneira mais criteriosa para prática discursiva do candidato e para os aparelhos ideológicos, segundo Fairclough (2001). A Semiótica Social e os estudos sobre Multimodalidade apresentam as metafunções como componentes gramaticais de caracterização semântica. Já como marcadores discursivos verbais e visuais são utilizados aqueles da ACD para análise de texto e da Gramática do Design Visual (GDV), dos autores Günter Kress e Theo Von Leeuwen (2006), para análise de imagens. A pesquisa revela, a composição das peças de campanha valorizando a figura do candidato e o discurso político atrelado a ela. Mostra ainda o uso do verbal e visual contribuindo para a estratégia cativante presente no discurso dos santinhos. Por vezes os marcadores e as metafunções indicam a ação de avançar, por outras mascaram as relações históricas partidárias, reveladas em uma pesquisa bibliográfica apontando as alianças e coligações nos últimos 30 anos em Pernambuco. Através da pesquisa no discurso imagético e textual, recheado de ideologia, a dissertação aponta para a manutenção da hegemonia local. Nesse sentido é mostrado o uso de símbolos e personagens históricos apresentados junto a um texto, por vezes simples mas muito elaborado, colaborando assim para moldar uma estratégia vencedora na corrida eleitoral.

**Palavras-chave:** análise crítica; dissimulação; dominação; hegemonia, ideologia.

## ABSTRACT

This research is a qualitative, analytical and documentary study in the light of Critical Discourse Analysis (CDA). Investigates the discursive strategies present in the campaign to dispute the power to the State Government of Pernambuco 2014. As a goal we intend to investigate the verbal and nonverbal features of the election campaign for the state government, an ideological manipulation strategy to maintaining hegemony. Thus, the media will be investigated tactics winner of the last election through the delimitation of the corpus, this consists of a kind of genre pictures, the "holy card". Distributed in the electoral race the holy card bearing the candidate's image and is used as a proxy tool even with its voter. The study is based on the concepts of displacement and concealment of political figures, to enhance the candidate's figure, presented by Thompson (1995). The vision of ideology as the spirits of the past, presented by Marx and Engels, and the latent conception of ideology by Thompson (1995) help to understand the relationships of power and domination. Is indispensable therefore understand how the ideology and ideological apparatuses explained by Gramsci (1966), Althusser (1983) and Santos (1987). Bobbio (1995) and Giddens (1996) helps to understand the way in which the notion of right and left shapes the political reality and structure the hegemonic process. Therefore, this dissertation aims to contribute to society and to the historical moment of struggle of the population by structural improvements in policy. The paper also attempts to contribute to an understanding of the relationships, often silent, domination to which the electorate is subjugated. The fundamentals of analysis and understanding of speech presented by Critical Discourse Analysis (CDA) will look for a more thorough discursive practice of the candidate and the ideological apparatuses, according Fairclough (2001). The Social Semiotics and studies, on Multimodality, present the metafunctions as grammatical components of semantic characterization. It also shows the use of verbal and visual contributing to the captivating strategy in the speech of holy cards. Sometimes the markers and metafunctions indicate the action to move forward in other mask partisan historical, disclosed in a bibliographic research pointing alliances and coalitions in the last 30 years in Pernambuco. Already as verbal and visual discourse markers will be used those of the ACD for text analysis and Design Visual Grammar (GDV), the authors Günter Kress and Theo Von Leeuwen (2006), for image analysis. Through research on imagery and textual speech, full of ideology, the thesis points to the maintenance of local hegemony. In this sense is shown using symbols and historical figures appear next to a text by simple but very elaborate times, thus contributing to shape a winning strategy in the electoral race .

**Key-words:** critical analysis; dissimulation; domination; hegemony; ideology.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Comparação entre candidatos e coligações nas eleições para o Governo do Estado de Pernambuco 1986 - 2014. ....	37
<b>Quadro 2</b> - Comparação entre as Metafunções da Gramática Sistemico Funcional (GSF) de Halliday e a Gramática do Design Visual GDV) de Kress e Van Leeuwen. ....	42
<b>Quadro 3</b> - Quadro de Análise.....	60

## LISTA DE IMAGENS

Figura 01: Retrato oficial de Paulo Câmara. ....	56
Figura 02: Ficha de Paulo Câmara Eleições 2014. ....	57
Figura 03: Selo panorâmico Agora é Paulo 40. ....	57
Figura 04: Eduardo é 40. ....	57
Figura 05: Selo redondo Fernando é 400. ....	58
Figura 06: Eduardo é Paulo. ....	58
Figura 07: O novo Pernambuco Avança. ....	59

## **LISTA DE SIGLAS**

**ACD** - Análise Crítica do Discurso

**AD** - Análise do Discurso de Linha Francesa

**AIE** - Aparelhos Ideológicos do Estado

**GDV** - Gramática do Design Visual

**GSF** - Gramática Sistemico Funcional

**GT** - Gramática Tradicional

**LC** - Linguística Crítica

**MCM** - Meios de Comunicação de Massa

**PI** - Participante Interativo

**PR** - Participante Representado

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1.0 ANÁLISE CRÍTICA, IDEOLOGIA E SEUS APARELHOS. ....	19
1.1 ACD: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA .....	19
1.2 IDEOLOGIA: UMA FERRAMENTA DE PODER .....	22
1.2.1 IDEOLOGIA E CULTURA MODERNA DE THOPSON: CONCEITOS DE DISSIMULAÇÃO E DESLOCAMENTO .....	26
1.2.2 GRAMSCI E A VISÃO DA HEGEMONIA .....	28
1.3 OS APARELHOS IDEOLÓGICOS DO ESTADO (AIE).....	32
1.3.1 PRÁTICAS DISCURSIVAS.....	34
1.4 ESQUERDA OU DIREITA: UMA VISÃO DE MUNDO .....	35
2.0 IMAGEM E DISCURSO CRÍTICO .....	39
2.1 SANTINHOS POLÍTICOS E A MULTIMODALIDADE .....	39
2.1.1 METAFUNÇÕES NA MULTIMODALIDADE .....	44
2.2 MARCADORES DISCURSIVOS .....	47
2.2.1 MARCADORES DISCURSIVOS DA MENSAGEM VERBAL .....	47
2.2.2 MARCADORES DISCURSIVOS DA MENSAGEM VISUAL.....	49
2.3 TEXTOS VISUAIS E A SEMIÓTICA SOCIAL .....	51
3.0 METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO.....	54
3.1 ESTRATÉGIAS DE RECORTE.....	54
3.2 CORPUS E OBJETO .....	55
3.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE: O DISCURSO E A SEMIÓTICA SOCIAL - UM OLHAR MULTIMODAL .....	59
4.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES:.....	62
5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS: .....	85
REFERÊNCIAS: .....	92

## INTRODUÇÃO

A cada quatro anos a sociedade civil brasileira é convidada a renovar seus governantes. Partidos políticos se organizam, correligionários vão às ruas e os eleitores são constantemente convidados a se juntarem a uma causa, atraídos e seduzidos pela figura representante da ideologia de um partido, o candidato. É o processo democrático, o qual pressupõe alternância no poder, induzindo o povo a se engajar em um causa. Ele resulta na troca, ou ainda, na manutenção de uma determinada ideologia no poder. Tal relação de mudança ou permanência depende da manipulação da opinião pública através do controle dos aparelhos de hegemonia, das práticas discursivas e da imagem apresentada pelo candidato.

Os meios de comunicação de massa (MCM): rádio, televisão, jornais, revistas, mídias sociais dão voz ao debate eleitoral. É através da mensagem transmitida por eles que os cidadãos podem conhecer os candidatos e suas propostas. Portanto, o presente trabalho observa o discurso apresentado pelo candidato político, na mídia, através de santinhos políticos, por ser esse o canal aberto de discussão entre o poder público e o privado. Dessa maneira o mesmo apresenta-se como uma pesquisa qualitativa documental.

O trabalho analisa tanto a imagem quanto o discurso atrelado a ela, apresentados pelo candidato vencedor do último pleito para governador do Estado de Pernambuco. O período recortado é importante para a política local e nacional quando novos governantes são escolhidos para comandar o executivo. Dentro deste contexto, pretende-se dar luz às relações de poder respaldadas pelo eleitorado pernambucano.

Investigando a proposta de alternância no poder do executivo pernambucano, o trabalho busca entender como foi mantida a hegemonia da classe dominante do Estado, utilizando conceitos de deslocamento de imagens positivas de figuras políticas para engrandecer a figura do candidato. É justamente a existência da troca, ou da manutenção, de ideologias no poder que nos leva à pergunta-chave desse trabalho: *Como as práticas discursivas, durante o período eleitoral, foram aplicadas na manutenção da hegemonia política no Estado de Pernambuco através dos modos de manipulação da ideologia (a dissimulação e o deslocamento)?*

A problemática apresentada, nesta dissertação, justifica-se em um contexto onde a manutenção do poder político é fundamental para o desenvolvimento de projetos que determinam o futuro da sociedade, portanto abraça um campo do saber no qual o olhar sobre as relações de poder social é valorizado.

O presente estudo faz uso dos conceitos da Análise Crítica do Discurso (ACD) por compreender ser esse o melhor arcabouço conceitual para a pesquisa. A pesquisa segue a tra-

jetória de teóricos como Viviane de Melo Resende e Viviane Ramalho que produzindo criticamente lançaram vários artigos e também o livro: *Análise de Discurso Crítica* (2006). Dentro desta ótica é importante citar o livro: *Discurso nas Práticas sociais*, de VIEIRA, BENTO e ORMUNDO (2010), reunindo produções de vários autores da análise crítica e disciplinas adjacentes como multimodalidade.

Como linha de pesquisa a Análise Crítica entende o discurso como ferramenta para a ocorrência de desigualdades sociais. Dijk (1999, p.23 tradução nossa) lembra que a ACD consiste em:

[...] um tipo de investigação analítica sobre o discurso que estuda primeiramente o modo no qual o abuso do poder social, o domínio e a desigualdade são praticados, reproduzidos e ocasionalmente combatidos, pelos textos e a fala no contexto social e político.<sup>1</sup>

Dentro desta linha de raciocínio é possível compreender a ligação entre o discurso e a sociedade. É uma relação linguístico/discursivo capaz de expressar a reprodução do poder e, em consequência, da desigualdade social. Portanto a Análise Crítica do Discurso vislumbra entender a maneira pela qual os grupos dominantes estabelecem, mantêm, exercem e legitimam a dominação. Aos grupos dominados é imposta a hegemonia, uma forma de dominação social, segundo Gramsci (1966) e Fairclough (2001).

Dentro desta ótica a presente dissertação tem por hipótese: *O discurso eleitoral de sucessão ou reeleição fundamenta-se em imagens de progresso ou de transformação social que não expressam claramente as intenções de se manter a hegemonia do grupo político do candidato, através de alianças entre a esquerda e a direita no Estado de Pernambuco.*

A presente pesquisa faz-se relevante pois pretende dar esta contribuição analítica não apenas para a sociedade pernambucana, haja vista poder ser estendida para toda a sociedade brasileira, imersa na mesma cultura política.

O trabalho é fundamentado na tentativa de construção de um novo olhar e leitura da linguagem utilizada pelos candidatos nas campanhas eleitorais, cuja força da persuasão ou mesmo manipulação simbólica contrapõe-se à euforia da saída do povo às ruas com cartazes na mão, reivindicando seus direitos e expressando o desejo de uma sociedade melhor. Como foi visto no levante de julho de 2013, no qual a população tomou de assalto as principais cidades brasileiras, a sociedade civil está atenta ao destino político do País. Cabe, então, à co-

---

<sup>1</sup> un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social e político.

munidade acadêmica exercer este papel, sintonizado com o momento histórico, esclarecendo o pensamento e a visão do eleitor brasileiro sobre as relações muitas vezes silenciosas, de dominação às quais está subjugado.

Para alcançar tal escopo, foi determinado como objetivo geral: *Investigar os recursos verbais e não verbais de uma campanha eleitoral para o governo do Estado de Pernambuco como uma estratégia de manipulação ideológica destinada à manutenção da hegemonia.*

Intencionando alcançar tal objetivo, foram estabelecidos como objetivos secundários: *Descobrir quais figuras políticas e históricas foram utilizadas para apoiar a ampliação da imagem política do candidato ao governo do Estado; analisar como as práticas discursivas (verbais e não verbais) dos candidatos foram direcionadas para a manutenção da ideologia, através do processo de dissimulação; investigar se existiu alternância no poder entre direita e esquerda no Governo do Estado de Pernambuco nos últimos 30 anos; revelar como são delimitadas as relação de sedução e de dominação entre candidato e o eleitorado, possibilitando a manutenção de uma hegemonia, permitindo "iluminar" o caminho da sociedade civil para trabalhar o voto de maneira um pouco mais consciente e crítica.*

Para atingir os objetivos deste trabalho, pretende-se focar na imagem do político atrelada ao texto. A imagem de análise faz parte do gênero dos retratos no subgênero “santinho” e contempla a imagem principal do candidato na corrida eleitoral. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (2013), "santinho", predecessor do voto eletrônico, era utilizado na República Velha (1889 a 1930) para a contagem de votos uma vez que não existia a padronização do modelo da cédula.

Não sendo mais instrumento de voto, o "santinho" permanece como uma forma de propaganda, uma prática discursiva para a construção da verdade e do poder. Portanto, objeto de análise escolhido é composto por: *Imagens e discursos verbais de propaganda política no formato de santinhos sobre o discurso eleitoral do candidato vencedor do pleito para governador do Estado em 2014.* Entendemos assim a imagem do santinho político como instrumento de ideologia e poder.

Todo o embate ocorrido em um período eleitoral é fundamentalmente ideológico, logo é preciso entender o funcionamento da ideologia e o seu lugar como estratégia de manipulação na sociedade contemporânea.

No capítulo **1.0 Análise crítica, ideologia e seus aparelhos**, apresentamos uma abordagem histórica da ACD e um levantamento das principais ideias que fundamentam essa linha de estudos; No subtítulo **1.1 ACD: uma abordagem histórica** é apresentado um retrospecto

do surgimento dessa linha de estudos iniciada como uma corrente da Linguística, a Linguística Crítica (LC). São apresentadas influências da Análise do Discurso de Linha Francesa (AD) cujo olhar sobre o discurso ajuda a fundamentar as bases da ACD. Em **1.2 Ideologia: uma ferramenta de poder**, é mostrado o marco inicial nos pensamentos sobre ideias e sensações de Condillac e nos trabalhos de Destutt de Tracy sobre ideias e ciências. As perspectivas primárias sobre o assunto pretendiam uma maneira científica de observar as conclusões tiradas a partir da observação do mundo e das pessoas. O subtítulo **1.2.1 Ideologia e Cultura moderna de Thopson: Conceitos de dissimulação e deslocamento** mostra como perspectivas mais modernas de uso da ideologia ajudam a sustentar relações sociais de poder. Thompson (2005) conceitua a dissimulação como um modo de operação da ideologia, o qual tem como estratégia o deslocamento, fazendo o transporte da “imagem” de uma figura histórica para outra. Esses conceitos são centrais para o desenvolvimento desta dissertação e revelam a intenção de manter a hegemonia de uma classe política. O subtítulo seguinte, **1.2.2 Gramsci e a visão da hegemonia** traz um breve retrospecto do surgimento e uso deste termo muito utilizado pelos russos e através dos quais chega a Gramsci (1966), no volume *Cartas do Cárcere*, editado primeiramente em 1947. Falando sobre hegemonia o autor desenhou um perfil do Estado e seu papel no comando da sociedade. Seguindo essa linha, Althusser (1985), Santos (1987) e Fairclough (2001) ajudam a explicar o processo hegemônico de dominação e também os aparelhos ideológicos.

O subtítulo **1.3 Os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE)** mostra como a dominação de uma classe sobre outra é posta em prática acontecendo através da ação dos aparelhos hegemônicos ou Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE) explicados por Gramsci (1966), Althusser (1983) e Freitag (1985) e cuja dominação sutil pode ser conquistada através de consensos ou até de coerções.

Fairclough (2001) e D'Ávila (1980), refletindo sobre os AIE, indicam ser estratégico para a Análise Crítica do Discurso (ACD) entendê-los como marcos delimitadores na luta de classe, os quais apontam para o embate no discurso. Dentro de um movimento de liberdade política, os recursos de dominação tornam-se mais sutis, caracterizando os fundamentos do processo hegemônico no qual só é possível dominar controlando a sociedade na economia, na política, na cultura e também na ideologia. É dentro das práticas discursivas que esse processo é legitimado. Em sequência o subtítulo **1.3.1 Práticas discursivas** fala sobre um conjunto de regras para influenciar no exercício da função enunciativa. Tais práticas, segundo Michel Foucault (2008) e Fairclough (2001) e principalmente para este último, são formas de produ-

ção, distribuição e consumo textual, portanto, influentes nos processos de comunicação e de legitimação da dominação.

A relação diádica dos opostos políticos é tratada no subtítulo **1.4 Esquerda ou direita: uma visão de mundo**. Segundo a visão de Bobbio (1995), a figura do adversário, do inimigo, do concorrente é trabalhada no imaginário popular para reforçar a hegemonia, a final de contas em nossa sociedade sempre existiu Bem x Mal. No campo da política, a díade é sempre utilizada, mas reforçamos a visão diferente deste confronto. Os partidos e os discursos se organizam e reorganizam sempre em busca da manutenção de seus objetivos. O rótulo são bandeiras ideológicas para atrair ou repelir, visando hegemonia. De fato a mudança nem sempre significa a troca. Foucault (2008) explica as mudanças sociopolíticas como uma espécie de ruptura com a propriedade de trazer inovações através de uma “nova” prática discursiva, esta, ligada de certa forma a antigas tradições ou costumes.

Os MCM utilizam o texto verbal e visual como importante estratégia de comunicação para atingir os eleitores, portanto o capítulo **2.0 Imagem e Discurso Crítico** apresenta os santinhos políticos como objeto de análise, aprofunda o assunto adentrando no terreno da multimodalidade e em suas categorias de análise, as metafunções e marcadores. A multimodalidade experimenta a mistura de vários códigos semióticos na formação da comunicação e isso é muito visto na construção dos santinhos e imagens de políticos em campanha.

O subtítulo **2.1 Santinhos Políticos e a multimodalidade** faz um breve recorte histórico da trajetória dos santinhos até os dias de hoje. É relevante explicar que a imagem fotográfica de uso ideológico, o santinho, deve ser observada não como uma ferramenta de manipulação abusiva, porém como uma forma silenciosa de construir sentido, uma ferramenta hoje capaz de extrapolar os limites do santinho tradicional para ser encontrada em adesivos, panfletos, camisetas, cartazes, etc. Isso significa muito mais uma estratégia multimodal elaborada para ser vencedora, do que uma representação de sentido cuja leitura ou análise devam apontar para verdades ou mentiras. O letramento em imagens tem a seu favor os estudos da Semiótica Social de Kress e Van Leeuwen (2006) com a *Grammar of Visual Design*, a Gramática do Design Visual (GDV). inspiradas na Gramática Sistemico Funcional (GSF) de Halliday (1994).

No subtítulo **2.1.1 Metafunções na multimodalidade** as metafunções são apresentadas como categorias de análise nomeadas da seguinte maneira: Representacional, responsável pela estrutura visual da narrativa; Interativa, estabelece estratégias de aproximação ou afasta-

mento do autor do texto com o leitor e Composicional, dá conta da disposição dos elementos textuais e imagéticos dentro do quadro.

O subtítulo **2.2 Marcadores discursivos** aborda aspectos da análise de texto os quais se relacionam com a função ideacional da linguagem e com os sentidos ideacionais - ou seja, com a construção da realidade social. Unindo marcadores discursivos verbais e visuais, pretende-se uma compreensão mais profunda da mensagem carregada pelos santinhos na corrida eleitoral. O subtítulo **2.2.1 Marcadores discursivos da mensagem verbal** é baseado no livro *Discurso e mudança social* de Fairclough (2001) e mostra aspectos da análise de texto como forma de constituir, reestruturar, reproduzir e também desafiar os sistemas de conhecimento e crença da sociedade. Por sua vez o subtítulo **2.2.2 Marcadores discursivos da mensagem visual** trata dos elementos com capacidade de explicar a construção do texto visual. Eles são capazes de traduzir algo visto como uma sintaxe contendo verbos, advérbios e também adjetivos reforçando e ampliando potencialidades do mundo imagético, baseados nos conceitos de Kress e Van Leeuwen (2006).

Na Sequência **2.3 Textos visuais e a semiótica social** explica a Semiótica Social como uma tentativa de compreender as relações socioculturais existentes na comunicação. Logo, analisar o texto é importante para realizar pesquisas semióticas com textos verbais e visuais. Segundo Kress (1995), Descardecí (2002) e Kress e Van Leeuwen (2006) a sociedade e a cultura interagem na língua e em seu uso, não sendo possível entendê-la como algo restrito aos códigos do texto, aos da fala ou aos do mundo visual.

Dentro dessa perspectiva, o santinho objeto de nossa pesquisa, se apresenta como uma forma de comunicação multimodal envolvendo discurso imagético e verbal. Pensando nas possibilidades políticas do uso do retrato em ano de eleições para Governador do Estado, analisar os recursos verbais e não verbais dentro do discurso de candidato a um cargo no executivo revelou-se uma interessante proposta de estudo multimodal.

No capítulo **3.0 Metodologia e estratégias de ação** será demarcado em **3.1 Estratégias de Recorte** selecionando o então candidato a governador, Paulo Câmara e a imagem de campanha presente em material de divulgação distribuído pela cidade do Recife. Neste ponto são apresentadas as 6 imagens para posterior análise. O **3.2 Corpus e objeto** da dissertação é formado pelo santinho, aqui enquadrado como um tipo de gênero dos retratos, dentro do qual para o objeto de análise foram selecionados os seis exemplares citados no subtítulo anterior. **3.3 Estratégia de análise: O discurso e A semiótica social um olhar multimodal** enfatiza ser preciso o entendimento da imagem como uma mensagem multimodal. Isto inspira a mes-

clar trabalhos distintos sobre texto verbal de Fairclough (2001) e texto visual Kress e Van Leeuwen (2006) a trabalhos sobre ideologia, como John B. Thompson (1995).

Dentro do capítulo **4.0 análise de dados**, encontram-se as imagens citadas anteriormente em 3.2 Corpus e objeto e análise propriamente ditas. O último capítulo **5.0 Considerações finais** contempla os apontamentos sobre o problema e a hipótese, apresentados anteriormente no princípio do trabalho, demonstrando se foram alcançadas as propostas estabelecidas de contribuição acadêmica a causa da linguística.

## **1.0 ANÁLISE CRÍTICA, IDEOLOGIA E SEUS APARELHOS.**

Todo o embate ocorrido em um período eleitoral é fundamentalmente ideológico, logo é preciso entender o funcionamento da ideologia e o seu lugar como estratégia de dominação na sociedade contemporânea. Compreender como se engendra o processo social, político e cultural de hegemonia e seus instrumentos de controle, os aparelhos ideológicos, leva a perceber a maneira sutil como o conceito de dissimulação é aplicado, conceito este a ser analisado posteriormente. Dessa forma, é necessário conhecer a Análise Crítica do Discurso para entender melhor a maneira pela qual a apresentação do político, associado a figuras carismáticas da História, influencia determinadamente a corrida eleitoral.

### **1.1 ACD: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA**

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é a corrente de pensamento que norteia esta pesquisa. Tendo isso, se faz necessário compreender o caminho desta disciplina até nossos dias. Apontando seus principais desdobramentos, procura-se mostrar como o entendimento sobre a mesma contribui para o estudo das relações de poder.

Como uma corrente da Linguística, a ACD propõe uma abordagem da linguagem tanto como prática social quanto como ferramenta de intervenção na própria estrutura da sociedade. Além disso, surgiu como uma corrente da Linguística, conhecida hoje como Linguística Crítica (LC).

De acordo com Fairclough (2001, p.46), a Linguística Crítica nasceu de um grupo de estudos na década de 1970 na Universidade de East Anglia e "tem como ponto de partida a tese de que teorizar a linguagem é uma forma de intervir nela e na estrutura social que a norteia." Portanto, ela tem um interesse particular na convergência linguagem ↔ poder, onde as relações sociais são representadas e modificadas através do discurso.

O grupo intencionou elaborar um diálogo entre os modelos de análise textual com a teoria linguística funcionalista de Michael Halliday, conhecida como Linguística Sistêmica. Fairclough (2001, p.46-47) explica essa ideia:

Eles tentaram casar um método de análise linguística textual com uma teoria social do funcionamento da linguagem em processos políticos e ideológicos, recorrendo a teoria linguística funcionalista associada com Michael Halliday (1978, 1985) e conhecida como 'linguística sistêmica'.

Portanto, esta corrente linguística supracitada mostra uma relação sistemática entre o funcionamento social e a organização da língua. Desse modo, o funcionalismo admite uma postura na qual a gramática, diferentemente da Gramática Tradicional (GT), não é um sistema autônomo devendo ser entendida juntamente com fatores tais como a cultura, as interações sociais e também a comunicação.

Igualmente influenciadora no surgimento da análise crítica, a Análise do Discurso de Linha Francesa (AD) entende o discurso como uma construção linguística atrelada ao contexto social no qual o texto é desenvolvido. Para tal, entende ser preciso compreender as construções ideológicas presentes no mesmo. Brandão (1996, p.6) explica:

[...] a AD, [...] não se limita a um estudo puramente linguístico, isto é a analisar só a parte gramatical da língua (a palavra, a frase), mas leva em conta outros aspectos externos à língua, mas que fazem parte essencial de uma abordagem discursiva: os elementos históricos, sociais, culturais, ideológicos, que cercaram a produção de um discurso e nele se refletem; [...]

As condições de produção seriam muito importantes para a AD empreender suas pesquisas. Sendo assim, é preciso ver o discurso diferentemente do texto. O segundo é fechado em si e o primeiro uma construção com várias influências. Pêcheux (1990, p.79) explica: “É impossível analisar o discurso como um texto, isto é, uma sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que deve ser referida ao conjunto de discursos possíveis a partir de um estado definido das condições de produção.”

A AD pretende uma abordagem de ideologia fundamentada em conceitos diferentes da ACD. A primeira entende ideologia como fundamental para a constituição do sujeito, logo como não há discurso sem sujeito e este é constituído por uma ideologia, ela orienta o seu discurso. Eni Orlandi (2001, p.46-47) comenta:

[...] a ideologia faz parte, ou melhor, é a condição para a constituição do sujeito dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para

que se produza o dizer. [...] para pensarmos a ideologia, nessa perspectiva, pensamos a interpretação. Para que a língua faça sentido, é preciso que a história intervenha [...] Daí resulta que a interpretação é necessariamente regulada em suas possibilidades, em suas condições.”

Para a AD, influências ideológicas e históricas determinam a criação do sujeito e do discurso, logo no que pode e deve ser dito. São as formações discursivas, ou seja, "aquilo que numa formação ideológica dada [...] determina o que pode e deve ser dito." (ORLANDI, 2001, p.43). Ou seja, é um olhar global sobre o discurso onde todas as categorias para a análise do mesmo estão coladas. Elas se influenciam mutuamente. Assim, a AD valoriza a relação entre o dizer e suas condições de produção, destaca, por tanto, a exterioridade da língua como marca fundamental de seus estudos.

Trabalhando de maneira distinta a Análise Crítica percebe a língua e o discurso em uma perspectiva social e política, eles precisam ser enfocados como ferramentas ideologicamente influenciadoras, determinando na construção do social. Wodak (2004, p. 255) reforça: "A ACD almeja investigar criticamente como a desigualdade social é expressa, sinalizada, constituída, legitimada, e assim por diante, através do uso da linguagem (ou no discurso)."

Entender o discurso e sua relação de poder pede a compreensão de sua força como mecanismo atrelado às estruturas de dominação e à História. É através da ideologia que o discurso é legitimado, influenciando na sociedade, sendo o objetivo atender a classe dominante, como ainda explica Wodak (2004, p.255):

Levando em conta as premissas de que o discurso é estruturado pela dominação; que cada discurso é historicamente produzido e interpretado, isto é, está situado no tempo e no espaço; e que as estruturas de dominação são legitimadas pelas ideologias dos grupos que detém o poder, a abordagem complexa defendida pelos proponentes da LC e da ACD possibilita a análise das pressões verticalizadas, e das possibilidades de resistência às relações desiguais de poder, que figuram como convenções sociais.

As estruturas dominantes, a partir dessa perspectiva, estabilizam as convenções sociais e as "naturalizam". Os efeitos da ideologia e do poder assim como a produção de significados são todos mascarados. Essa relação leva diretamente à manutenção da hegemonia da classe dominante.

## 1.2 IDEOLOGIA: UMA FERRAMENTA DE PODER

A ideologia é pensada como uma "ciência" definida pelo francês Destutt de Tracy por volta de 1796. Vivendo à época da Revolução Francesa, Tracy, de ascendência nobre, foi preso mesmo tendo apoiado muitas das reformas dos revolucionários. Libertado após a queda de Robespierre, assumiu, no ano seguinte (1795), posição de destaque no Instituto Nacional criado na Nova República para substituir as Academias Reais abolidas na época da Revolução. Dentro da instituição havia uma *Academia de Ciências* além dos cursos de *Literatura e Artes e Moral e Ciências Políticas*. Dentro deste último, coube a Destutt uma disciplina, ou sessão, com o objetivo de analisar as sensações e as ideias, a Ideologia.

O estudioso vislumbrou, nessa nova proposta de ciência, uma maneira de combater a anarquia e a barbárie do Governo do Terror. Propôs, em 1796, uma combinação de educação e filosofia com legado do Iluminismo. Entendendo ser impossível conhecer as coisas em si, mas sim as ideias em torno delas, pretendia garantir uma base segura para toda a forma de conhecimento. Segundo John B. Thompson (1995, p.45), para Tracy: "Se pudéssemos analisar essas ideias e sensações de uma maneira sistemática, poderíamos garantir uma base segura para todo o conhecimento científico e tirar conclusões de cunho mais prático." Assim o trabalho de Tracy é de uma perspectiva primária de conhecimento sobre a ideologia, a Ciência das Ideias. Anos mais tarde Tracy publicou *Eléments D'Ideologie* (1801) tendo como ponto de partida o materialismo francês do século XVIII, sobretudo o pensamento de Condillac, para quem todas as ideias se compõem de sensações. Como o próprio Tracy (1801, p. 220) explica ao comentar Condillac sobre relação entre palavra e ideias: "as palavras deveriam ser análogas às ideias que representam, recordando tanto quanto fosse possível sua filiação e derivação [...]".

Ainda no século XVIII, por volta de 1799, a trajetória do nobre estudioso Tracy foi de encontro à de Napoleão Bonaparte. Recém chegado do Egito, Bonaparte se apoiou em algumas ideias do Instituto Nacional para elaborar uma nova constituição ao mesmo tempo que via na inclinação republicana dos estudiosos impedimentos a suas intenções políticas. O imperador condenou a Ideologia atacando todos os seus adversários. "O próprio termo [ideologia] se tornou uma arma nas mãos de um imperador, lutando desesperadamente para silenciar seus oponentes e para sustentar um regime em destruição." (THOMPSON, 1995, p.45)

Com as intervenções de Bonaparte o termo "Ideologia" escorregou para o campo da política, deixando de fazer referência à Ciência das Ideias, assumindo um significado negativo

cuja função seria incitar a rebelião. Foi preciso um pensador moderno para entender a Ideologia como uma ferramenta política explicada com bases científicas.

Somente com Karl Marx e Engels, ao elaborarem um sistema de ideais políticas consistentes, o conceito de ideologia adquire um novo status. Marx e Engels ampliaram a discussão através de uma compreensão mais profunda do caráter político deste conceito. Ideologia teria, portanto, três concepções marxistas: polêmica, epifenomênica e dos espíritos do passado.

A Concepção Polêmica reflete a ideia da ideologia como separada da política prática, seriam ideias enganadoras. Ela tem três pressupostos ligados à divisão do trabalho, consciência e ao estudo científico, analisados do seguinte modo por Thompson (1995).

Em primeiro lugar, as "formas de consciência são ligadas a condições materiais de vida" (THOMPSON, 1995 p.51). Em segundo lugar, a divisão entre o trabalho mental (produção de ideias e conhecimento) e o material (trabalho físico, braçal) impediu que as pessoas "vissem que elas estavam trabalhando sob a ilusão de autonomia" (THOMPSON, 1995 p.52/53). Por fim, o pressuposto mais ligado ao pensamento de Destutt de Tracy enfoca uma doutrina teórica. É dito que as "doutrinas e atividades teóricas que constituem a ideologia podem ser explicadas pelo estudo científico da sociedade e da história." (THOMPSON, 1995, p.53)

Nesse sentido, aborda-se que o estudo ideológico estaria ligado a ideias que procurariam camuflar a realidade social, sendo decorrentes das condições materiais da vida, ilusórias e resultantes da dinâmica histórica e social. Este caráter controverso da ideologia, no sentido de expressar a ausência de autonomia do sujeito ou do trabalhador, caracteriza para o marxista a possibilidade da revolução social denunciadora desta contradição.

A outra Concepção é a Epifenomênica, e está ligada à distinção e à divisão de classes e sua relação de dominação no materialismo histórico. Segundo Marx e Engels, a Ideologia expressa somente os interesses da classe dominante. Três pressupostos procuram esclarecer como as condições econômicas são determinantes no processo de mudança sócio-histórica. Ainda para Thompson (1995, p.55), "em uma sociedade podemos distinguir entre (i) as condições econômicas de produção, (ii) a superestrutura legal e política e (iii) as formas ideológicas de consciência." .

Este sentido encontra-se reforçado em outro trecho do autor: "As formas ideológicas não devem ser tomadas como se mostram, mas devem ser explicadas em referência às condições econômicas de produção." (THOMPSON, 1995 p.55). Por fim, "o desenvolvimento do

capitalismo moderno cria as condições para uma compreensão clara das relações sociais [...]" (THOMPSON, 1995 p.57). Para Marx e Engels, essa concepção mostraria como a ideologia burguesa parece diante da proletária, repercutindo o surgimento de uma nova era social.

Para a presente dissertação, vale compreender as concepções acima, explicando a ideologia dentro da mola propulsora da história, o embate entre dominante e dominado. Contudo apropria-se de uma concepção mais fatalista e simplista e, arrisca-se aqui, ligada à semiótica. Surgida do pensamento no qual os embates de classe poderiam estar esvaziados a Concepção dos Espíritos do Passado entende ideologia como uma maneira de impulsionar as pessoas através do uso de símbolos, signos, slogans, tradições, costumes, etc. Símbolos vivos no cerne das sociedades e dificilmente afastados delas. Transformados e modificados pelo despertar da revolução tem a capacidade de se renovar. Mantendo-se presentes estão vinculados a uma retomada de espíritos do passado a mascarar a mudança.

É citada a análise de Marx sobre Luís Bonaparte, na obra clássica *18 de Brumário de Louis Bonpaete*, mostrando como as ideias do político não propunham algo novo, entretanto uma retomada do passado. Marx (2011, p.153) resume a atuação de Napoleão III como a "necessidade de manter os olhares do público fixados sobre ele, como substituto de Napoleão". Assim, este conceito marxista dos espíritos do passado enfoca a Ideologia como uma ferramenta de manutenção do poder. Pode ser explicado, do mesmo modo, uma relação com os sistemas de representação e as classes sociais. Thompson comenta (1995, p.58), a saber:

Ideologia é um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado em vez de para o futuro, ou para imagens e ideais que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social.

A ideologia, segundo a concepção dos espíritos do passado, serve à causa da manutenção do poder por via do "obscurecimento da visão". Thompson leva esse pensamento a outro nível de discussão definindo esse conceito como uma "concepção latente de ideologia". O marxismo trata a ideologia como ilusões e elas caminham entre as pessoas despertando sentimentos nefastos. Seriam as máscaras, os espíritos do passado comentados por Marx (2011, p.25):

A tradição de todas as gerações mortas oprime como um pesadelo o cérebro dos vivos. E justamente quando parecem empenhados em revolucionar-se a si e às coisas, em criar algo que jamais existiu, precisamente nesses períodos de crise revolucionária, os homens conjuram ansiosamente em seu auxílio os espíritos do passado, tomando-lhes emprestado os nomes, os gritos de guerra e as roupagens, a fim de apresentar nessa linguagem emprestada.

Portanto esses espíritos estariam a mascarar as relações de poder do presente com símbolos, signos e ideologias do passado. Por sua vez, Thompson justifica seu pensamento mostrando a forma como as mudanças sociais podem ser impedidas pela prevalência ou difusão das concepções simbólicas. Ele fundamenta a concepção latente entendendo ideologia como fenômeno social e fenômeno simbólico. Para Thompson (1995, p.58), a ideologia em Marx pode ser entendida como fenômenos sociais:

Assim, podemos falar dessa concepção de ideologia em Marx apenas sob a condição de reconhecer que estamos estendendo o termo 'ideologia' para se referir a um conjunto de fenômenos sociais [...] que ele retratou de maneira perceptível e clara em suas análises concretas, mas que, ao nível da teoria, ele não os colocou sob um rótulo conceitual claro.

A segunda justificativa é uma ampliação da primeira, sendo os fenômenos sociais também construções simbólicas. Thompson (1995, p.58) ressalta essa hipótese em Marx levando-a a algo mais do que as relações de economia e produção. O simbólico também é ideológico e pode ser visto alheio às condições econômicas de produção. Thompson (1995, p.58) aprofunda:

Pois os fenômenos apresentados como sendo essa concepção latente de ideologia não são meros epifenômenos das condições econômicas e das relações de classe; ao contrário, eles são construções simbólicas que têm certo grau de autonomia e eficácia. Eles se constituem em símbolos e 'slogans', costume e tradições que mobilizam as pessoas ou prendem-nas, de tal modo que não podemos pesar estas construções simbólicas unicamente como determinadas, ou totalmente explicadas, em termos de condições econômicas de produção.

Entendendo o autor é percebida a concepção latente de ideologia, ou os espíritos do passado, chamando atenção para o fato de que as relações sociais entre os indivíduos podem ser sustentadas. Logo as mudanças sociais podem ser impedidas pela prevalência ou difusão das concepções simbólicas como as bandeiras.

Levantar bandeiras partidárias é sinal de apoio a uma ideologia, muito embora o eleitorado possa não compreender como a bandeira que carrega pode influenciá-lo. Essa influência pode ser negativa ou positiva, caberia uma análise profunda de casos para compreender essa relação. Certo mesmo é compreender como os aparelhos de manutenção hegemônica são responsáveis por conservar a atenção da classe dominada sempre voltada para o futuro, esquecendo-se de atentar para seu passado histórico.

### 1.2.1 IDEOLOGIA E CULTURA MODERNA EM THOMPSON: CONCEITOS DE DISSIMULAÇÃO E DESLOCAMENTO

Entender as diferenças entre o trabalho de Marx e Engels e o de Thompson conduz nosso raciocínio para uma visão mais detalhista e de certa forma moderna da ideologia. Pensando na concepção latente é preciso aceitá-la como uma maneira de ver as formas simbólicas capazes de sustentar relações sociais de poder. Para o autor, o simbólico não serve meramente como representação para articular ou obscurecer relações sociais. "A contrário, as formas simbólicas estão, continua e criativamente, implicadas na construção das relações sociais como tais." (THOMPSON, 1995, p.78). Portanto, as formas simbólicas, segundo o autor, servem para estabelecer relações de dominação.

Se apropriando desse conceito, é preciso entender como o simbólico está inserido no contexto social e circula no mundo social. Para tal, o autor analisa os aspectos significativos das formas simbólicas e diz ser possível entender como o sentido serve para manter relações de dominação. Para tal é imprescindível conhecer os modos de operação da ideologia.

Seriam os modos de operação da ideologia: a Legitimação (versa sobre as relações de dominação serem legítimas e encaradas como justas e dignas); Dissimulação (relações de dominação poderem ser ocultadas e veladas); Unificação (a dominação é sustentada ligando os indivíduos em uma identidade coletiva); Fragmentação (o contrário da unificação, enfatiza a distinção de maneira negativa); Reificação (retrata as mudanças históricas como algo natural).

Dentro dos modos de operação, a Dissimulação revela-se com o mais interessante para analisar ao objeto de estudo deste trabalho: *imagens de propaganda política no formato de santinhos sobre o discurso eleitoral do candidato vencedor do pleito para governador do Estado em 2014*. Tratando-se de uma representação imagética do candidato na corrida eleitoral a figura do santinho apresenta outros personagens acompanhando o político. A dissimulação faz-se relevante refletindo sobre a relação entre os dois personagens.

É sobre a figura do político e a maneira como ela se apresenta durante o discurso eleitoral que se debruça o problema investigado por esta pesquisa. O candidato muitas vezes utiliza o poder de sedução de outras figuras públicas para engrandecer sua imagem. Esse conceito chamado de deslocamento está associado aos conceitos de dissimulação e ideologia, sendo apresentados no livro *Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de*

*comunicação de massa*. O autor John B. Thompson conceitua a dissimulação como um *modus operandi* da ideologia cuja força reside em obscurecer ou ocultar relações. Muitas vezes a força reside na possibilidade de desviar a atenção. Segundo ele:

Relações de dominação podem ser estabelecidas e sustentadas pelo fato de serem ocultadas, negadas ou obscurecidas, ou pelo fato de serem representadas de uma maneira que desvia nossa atenção, ou passa por cima de relações e processos existentes (THOMPSON, 1995, p.83).

Dissimulação é portanto um processo a trabalhar o obscurecimento, a alienação. Pode ser encontrada de três maneiras diferentes: a Eufemização, a repetição para valorar aspectos positivo; o Tropo, o uso figurativo das formas de linguagem da metonímia e da metáfora; o Deslocamento, conotações positivas e negativas emprestadas de uma figura para outra.

O deslocamento é, portanto, uma estratégia dentro da dissimulação. Trabalha para obscurecer relações de poder e dominação fazendo o transporte da “imagem” de uma figura histórica para outra. Tanto a imagem positiva quanto a negativa de um padrinho político ou de um correligionário são usadas para ampliar ou diminuir a popularidade de uma figura pública. Thompson (1995, p.83) explica ainda:

A ideologia como dissimulação pode ser expressa em formas simbólicas através de uma variedade de diferentes estratégias. Uma dessas estratégias é o deslocamento: um termo costumeiramente usado para se referir a um determinado objeto ou pessoa é usado para se referir a um outro, e com isso as conotações positivas ou negativas do termo são transferidas para o objeto ou pessoa.

Dissimulação e deslocamento não são fenômenos novos, eles são aplicados há séculos para direcionar ideologicamente a sociedade. Rapidamente é possível citar casos de nossa história recente ocorridos: na presidência do Brasil (Lula e Dilma Rousseff), na presidência da Venezuela (com Simón Bolívar, Hugo Chávez e Nicolás Maduro), no Estado de Minas Gerais (Tancredo e Aécio Neves) no Estado de Pernambuco (Arraes e Eduardo Campos) e ainda na cidade do Recife (João Paulo e João da Costa). Uma ocorrência mais antiga foi observada por Marx na história da França, e é citada por Thompson (1995, p.83-84):

[...] a estratégia de construção simbólica empregada por Luís Bonaparte que, como Marx observou com muita acuidade, conseguiu reativar a tradição de reverente respeito para com o herói imperial apresentando-se como herdeiro legítimo do grande Napoleão. Foi esse "disfarce histórico honroso e essa linguagem emprestada" que escondeu a nova face da história do mundo, orientou o campesinato para o passado, ao invés de para o futuro, e os impossibilitou, conforme nos conta Marx, de compreender suas reais condições de vida.

Os casos de deslocamento constituem uma prática discursiva costumeira pretendendo a manutenção do poder político e o desenvolvimento de projetos a determinar o futuro da sociedade. Muito embora o objetivo obscurecido, dissimulado, revele ser o de pautar as transformações numa retomada de antigos modelos. Colar a imagem de um candidato à imagem de seu padrinho político tem se revelado frutífero ao longo da história. Dos césores romanos aos governantes brasileiros, a imagem positiva tem sido usada como forma de prestígio. Hoje assim como antes é ferramenta colaborando com a manutenção da hegemonia da classe dominante.

### 1.2.2 GRAMSCI E A VISÃO DA HEGEMONIA

O processo democrático se desenvolve dentro de um movimento de liberdade política, não havendo espaços para uma repressão voltada para os pensamentos heréticos. Dessa forma, o processo de dominação torna-se mais sutil, caracterizando os fundamentos deste processo chamado hegemonia. Estes se baseiam em “liderança tanto quanto a dominação nos domínios econômico, político, cultural e ideológico de uma sociedade” (FAIRCLOUGH, 2001, p.122). Logo, é um conceito crucial para entender como a classe dominante exerce ou tenta exercer o seu poder.

Para pensar em hegemonia, é necessário remeter ao italiano Antonio Gramsci (1891-1937), entretanto faz-se imprescindível pontuar: "O conceito de hegemonia deriva do grego *ηγεμονία* que significa direção suprema do exército, comando supremo." (SANTOS, 1987, p.127). A evolução do termo e sua aproximação com a política passa por sua ligação a significados como: "mostrar o caminho", "conduzir", "dirigir".

Ainda segundo Santos (1987, p.127), os russos utilizavam "o termo *gegemoniya*, como diz Anderson [o professor e historiador Perry Anderson], surge frequentemente como palavra de ordem fundamental no movimento social-democrata russo." Sendo utilizado por intelectuais da revolução da russa como Lenin, hegemonia chega ao conhecimento do italiano Antonio Gramsci (1891-1937) que estudava os textos dos revolucionários.

Filósofo, escritor, político e cientista político Gramsci foi caçado pelo estado fascista e mantido preso por vários anos. No ano de 1926, mais precisamente em 5 de novembro, o Conselho do Ministros da Itália influenciado por Benito Mussolini decreta a suspensão de todos os partido políticos e jornais antifascistas da Itália enclausurando vários opositores e adversários políticos. À aquele ano Antonio Gramsci era deputado do Partido Italiano e Secre-

tário do Partido Comunista da Itália, tendo suas imunidades parlamentares caçadas foi preso na noite do dia 8 de novembro. O país caía assim na fase mais radical do comando fascista. Daquele ano até 1937 Gramsci esteve preso, porém em intensa atividade intelectual. Correspondendo-se com familiares e amigos deixou um extenso registro de seu cotidiano no cárcere e de seu pensamento. Os vários anos de prisão lhe fragilizaram a saúde. Já em liberdade condicional faleceu por decorrência de complicações da enfermidade tuberculose, acrescida de um derrame cerebral no dia 27 de abril de 1937.

As correspondências reunidas dos anos de reclusão geraram a publicação póstuma do célebre *Cartas do Cárcere*, editado primeiramente em 1947. Escrevendo para os seus, Antonio Gramsci desenhou o perfil do estado e seu papel no comando da sociedade, falou sobre hegemonia e também sobre os aparelhos ideológicos. Essas ideias foram enviadas a sua correspondente Tatiana Schucht, rascunhadas em uma missiva na penitenciária de Turi, em 7 de setembro de 1931.

A visão de Estado explanada na carta mostrava a instituição existindo a serviço de interesses da classe dominante, da sociedade capitalista. Essa visão é bastante próxima da visão marxista de Estado. Portanto, recorreremos a Althusser (1985, p.62) a fim de entender o marxismo:

A tradição marxista é formal: [...] o Estado é explicitamente concebido como um aparelho repressivo. O Estado é uma 'máquina' de repressão que permite a classes dominantes [...] assegurar sua dominação sobre a classe operária, para submetê-la ao processo de extorsão da mais-valia (quer dizer, à exploração capitalista).

Segundo o marxismo, a máquina do Estado permite aos burgueses e aos grandes latifundiários, exercer seu domínio. Seria distante do senso comum onde o Estado existe para atender aos interesses gerais da sociedade civil tendo papel crucial na promoção do progresso e do bem estar. Como lembra Pereira (1998, p.54) "o Estado tinha papel estratégico na promoção do progresso técnico e da acumulação de capital, [...] pela garantia de uma razoável distribuição de renda". Anteriormente Gramsci, em seus anos de cárcere, resumiria essa visão no conceito errôneo de "Estado como [...] um equilíbrio da Sociedade política com a Sociedade civil". Dessa forma a visão de Estado preconizada pelo marxismo seria dominatória em função das elites. Gramsci (1966, p.224), na carta de 31 de setembro, aprofunda essa discussão explicando:

Este estudo leva também a certas determinações do conceito de Estado, que comumente é entendido como Sociedade política (ou ditadura, ou aparelho coercitivo para amoldar a massa popular ao tipo de produção e à economia de dado momento) e não como um equilíbrio da Sociedade política com a Sociedade civil.

A distinção entre a classe política e a classe civil ajuda a entender a falta de equilíbrio na sociedade. O pensador atenta ainda para os intelectuais e sua importância atuando na sociedade. Seriam agentes da hegemonia direcionado mesmo que de maneira sutil o pensamento e o comportamento das massas. O político, intelectual e historiador italiano Benedetto Croce (1866-1952) seria para o próprio Gramsci um forte influenciador, um intelectual orgânico. Em palavras de Gramsci (1966, p.224):

Justamente na sociedade civil em particular operam os intelectuais (Benedetto Croce, por exemplo, é uma espécie de papa leigo e instrumento efficacíssimo de hegemonia ainda quando vez por outra esteja em desacordo com este ou aquele governo, etc.).

A manutenção da hegemonia se dá pela ação dos intelectuais cuja atuação guia a classe civil reforçando e mantendo uma concepção de mundo interessante para as classes dominantes da sociedade política. Sem esse reforço ideológico, a sociedade política estaria fadada ao fracasso. Gramsci (1966, p.224) exemplifica:

A partir desta concepção da função dos intelectuais, segundo penso, esclarece-se a razão ou uma das razões da queda das Comunas medievais, isto é, do governo de uma classe econômica que não soube criar a sua própria categoria de intelectuais e portanto exercer uma hegemonia além de uma ditadura; os intelectuais italianos não tinham caráter popular-nacional, mas cosmopolita, [...] As comunas foram, portanto, um estado sindicalista que não conseguiu superar esta fase tornando-se Estado integral como em vão indicava Maquiavel, que através da organização do exército queria organizar a Hegemonia das cidades sobre o campo.

O modelo de fracasso Comunas medievais, é para Gramsci, um exemplo da falta de controle da classe econômica a conservar sua visão de mundo. Portanto, segundo o intelectual, a conquista da direção ideológica da sociedade civil se dá pela atuação dos intelectuais orgânicos. Nesse sentido, a sociedade civil é um órgão fundamental da hegemonia e na intenção de mantê-la a sociedade política precisa exercer capacidade força cultural-ideológica controlando ou direcionando as massas.

Aprofundando a análise sobre a dominação da sociedade é possível enxergar uma ligação orgânica entre a ideologia dos políticos e a sociedade civil, estabelecida através da cultura. Segundo a visão de Barrett (1996, p.382), a melhor forma de entender a hegemonia em Antonio Gramsci é enxergá-la como a *organização do consentimento* onde processos de subordinação, atuando na cultura, geram formas subordinadas de consciência e dominação.

[...] organização do consentimento: os processos pelos quais se constroem formas subordinadas de consciência, sem recurso a violência ou a coerção. O bloco dominante, segundo Gramsci, atua não apenas na esfera política, mas em toda a sociedade. Gramsci enfatizou os níveis "inferiores" - menos sistemáticos - de consciência e apreensão do mundo e, em particular, interessou-se pelos modos como o conhecimento e a cultura "populares" desenvolveram-se de maneira a assegurar a participação das massas no projeto do bloco dominante.

Garantindo a participação das massas nos projetos de construção social gera a conscientização de estarem contribuindo no direcionamento da sociedade. O bom relacionamento da classe política com outras esferas sociais e a mediação racional com os demais grupos da sociedade (a exemplo da classe jurídica) encontra tradução na hegemonia através da cultura, da filosofia e da arte. Essa ligação cultural é explicada por João de Almeida Santos (1987, p.115):

a capacidade hegemônica de um partido e de uma cultura-ideologia depende de seu caráter orgânico e de sua racionalidade intrínseca, [...] e da mediação racional e crítica [...] A *organicidade* traduz a ligação "vívida" e intrínseca da ideologia e do partido com os grupos sociais; a *racionalidade crítica* exprime o nível de elaboração mediada técnico-cultural do partido e da ideologia (e da cultura especializada em geral, filosofia, arte, etc.).

Para Santos (1987) a conquista ideológica da sociedade civil, ligada à conquista cultural, se dá pelo funcionamento dos aparelhos de hegemonia. Gramsci (1966, p.224) citou alguns desses aparelhos ao falar da hegemonia de um grupo, "exercida através das chamadas organizações privadas, como a Igreja, os sindicatos, as escolas, etc." Segundo essa lógica, aparelhos hegemônicos seriam uma forma de dominação diferente dos meios "autoritários" da coerção. Caracterizam-se pela busca de "consensos" através da legitimação do discurso de determinadas lideranças políticas e da expressão cultural.

### 1.3 OS APARELHOS IDEOLÓGICOS DO ESTADO (AIE)

Por aparelhos de hegemonia, entendem-se os mesmos aparelhos ideológicos do estado (AIE). Louis Althusser, em seu livro *Ideologia e os Aparelhos Ideológicos de Estado* (1983, p.68), desenvolve esse conceito e explica: "designamos por Aparelhos Ideológicos de Estado um certo número de realidades que se apresentam ao observador imediato sob a forma de instituições distintas e especializadas." São apresentados em lista como AIE familiar, AIE religioso, AIE escolar, AIE informação, AIE sindical, entre outros. Segundo a visão de Althusser (1983, p.68 a 69) inspirado em Gramsci, eles podem ser públicos ou privados e atenderem ao mesmo fim:

[...] podemos considerar, como Aparelhos Ideológicos de Estado instituições que, na sua grande maioria, não possuem estatuto público, e são pura e simplesmente instituições privadas. Como marxista consciente, Gramsci já pondera a esta objeção. A distinção entre público e privado é uma distinção intrínseca ao direito burguês, e válida nos domínios (subordinados) aonde o direito burguês exerce seus "poderes". [...] Pouco importa que as instituições que os realizam sejam "públicas" ou "privadas". O que importa é o seu funcionamento. [...] Aparelhos Ideológicos de Estado funcionam "pela ideologia".

O Estado está, portanto, além do alcance do direito burguês por ser um *Estado da classe dominante*, logo distinto da relação público x privado na qual podem ser enquadrados os aparelhos de ideologia.

Pensando em seu funcionamento enquanto mecanismo de dominação, é preciso entender como se estabelece a atuação dos aparelhos frente à sociedade civil. Tomemos como exemplo a escola ou o aparelho escolar. Ele ocupa local de destaque entre os AIE, pois possibilita inculcar a ideologia dominante e reproduzir as relações de produção sobre a base de formação da classe dominada. Barabara Freitag (1980, p. 33) comenta:

[...]a escola preenche a função básica de reprodução das relações materiais e sociais de produção. Ela assegura que se reproduza a força de trabalho, transmitindo as qualificações e o *savoir faire* necessários para o mundo do trabalho: e faz com que ao mesmo tempo os indivíduos se sujeitem à estrutura de classes. Para isso lhes inculca, simultaneamente, as formas de justificação, legitimação e disfarce das diferenças e do conflito de classes. Atua, assim, também ao nível e através da ideologia.

Como exemplo da atuação do AIE, o aparelho escolar leva os indivíduos a aceitarem sua condição de explorados. Isso acontece de maneira natural e sutil em um processo que leva anos para se concretizar. Assim escola assume um papel discreto e essencial na conservação e reprodução das relações materiais e sociais de produção.

A força utilizada pelo aparelho ideológico pode ser exercida de duas maneiras. Existe a ação da ideologia e a da coerção. Seria a distinção entre os Aparelhos (repressivos) do Estado e os Aparelhos Ideológico do Estado. Althusser (1983, p.69) traz a explicação: o primeiro "funciona através da violência" ao passo que [...] (o segundo) 'funciona através da ideologia'."

Dessa forma, é importante não confundi-los mesmo após compreender que os aparelhos repressivos apresentam atuação pautada primeiramente pela coerção física, mas também atuam na ideologia. Althusser (1983, p. 70) cita o poder de polícia como um exemplo: "o Exército e a Polícia funcionam também através da ideologia para garantir sua própria coesão e reprodução, como para divulgar os valores por eles propostos."

Atuando em via de mão dupla os AIE também fazem uso da coerção. Esta, velada, pode passar despercebida chegando a ser meramente simbólica. Para Althusser (1983,p.70): "A Escola, as igrejas 'moldam' por métodos próprios de sanções, exclusões, seleção, etc... não apenas seus funcionários, mas também suas ovelhas. E assim a Família... Assim o aparelho IE cultural (a censura, para mencionar apenas ela) etc."

Comentando este conceito, Fairclough (2001, p.117) visualiza ser estratégico para a Análise Crítica do Discurso (ACD) e comenta quais são esses aparelhos:

[...] os 'aparelhos ideológicos de estado' (instituições tais como a educação ou a mídia) são ambos locais e marcos delimitadores na luta de classe, que apontam para a luta no discurso e subjacente a ele como foco para uma análise de discurso orientada ideologicamente.

Sendo espaço para luta os AIE mostram-se sedutores podendo ser disputados pelas classes sociais a fim de ampliar suas formas de expressão e dominação. Favorecendo a formação social sujeitam os indivíduos à ideologia dominante garantindo a reprodução do *status quo* e a manutenção da ordem social vigente. José Luiz Piôto d'Ávila (1985, p.53) resume esse poder de sedução:

[...]os AIE são, também, o alvo e o local da luta de classes já que podem ser disputados pelas antigas classes dominantes ou pelas classes exploradas que podem encontrar meios de se exprimir nelas, utilizar suas contradições ou conquistar aí, pela luta, posições de combate.

A possibilidade de lutar por um espaço novo para combater, cativar e ensinar faz dos aparelhos ideológicos valiosos instrumentos de manutenção da dominação, garantindo assim a reprodução da força de trabalho e à submissão às regras da ordem estabelecida dentro de um regime de exploração.

Neste estudo não está sendo diretamente focado conflito existente entre a chamada classe patronal e a classe trabalhadora, porém é relevante a orientação “ideológica” do discurso, presente na mídia, visando a manutenção da hegemonia de determinados grupos políticos no Estado de Pernambuco. Pois é através da mídia, da comunicação de massa, que o discurso é levado a público.

### 1.3.1 PRÁTICAS DISCURSIVAS

Os candidatos a exercerem o Poder Executivo pernambucano também fazem uso da mídia para atrair eleitorado. Por mais influentes que possam ser os meios de comunicação, dando voz ao debate político, é sempre na figura dos candidatos e de seus partidos que reside o foco de atenção dos Meios de Comunicação de Massa (MCM) durante o período de campanha. Esses meios constituem uma prática discursiva, um conceito apresentado no livro *Arqueologia do Saber* de Michel Foucault. Segundo o autor, práticas discursivas são:

[...] um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 2008, p.133).

Trazendo este conceito para a ACD, Fairclough (2001, p. 107) comenta que “a prática discursiva [...] envolve processos de produção, distribuição e consumo textual, e a natureza desses processos varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais.”

É sabido que a força do partido (aliada à coligação partidária) determina aqueles dentro da “bateria de frente”, na corrida eleitoral, e o tempo de veiculação de suas campanhas na mídia. Entretanto, seria este somente mais um dos pontos importantes para garantir a dianteira na competição por uma cadeira no Poder Executivo.

A principal figura no período eleitoral é o candidato. Como representante de um partido, ele atrai ou afasta, seduz ou causa repúdio ao eleitor. A maneira como ele é visto é ponto determinante para o sucesso de uma corrida eleitoral. Sobre essa figura emblemática estão depositadas as esperanças do eleitor, do partido, da coligação partidária e dos colegas políti-

cos. Convencer o leitor sobre a quem ele deve dar seu voto determina a manutenção da hegemonia.

Nesse processo de dominação, é comum encontrar rótulos causando distanciamento. Lados da moeda, cores distintas, ideais opostos e partidos políticos rivais são exemplos de ferramentas ideológicas mostradas como opostas, mas é preciso observar essa distinção com mais atenção.

#### 1.4 ESQUERDA OU DIREITA: UMA VISÃO DE MUNDO

Manter-se no comando da sociedade econômica, política, cultural e ideologicamente é o objetivo pretendido pelo candidato e seu partido. Trabalhado no imaginário popular como a díade esquerda x direita, os partidos se organizaram de maneira tal que essa concepção é levada à sociedade civil como representante das ideologias sempre em vigor.

No livro *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*, Norberto Bobbio apresenta razões para entender a díade como uma visão ultrapassada do mundo. Direita e esquerda seriam termos utilizados há alguns séculos para representar o contraste ideológico entre grupos políticos conflitantes. Essa concepção dual do mundo existe em vários campos do saber, logo as disciplinas seriam sempre dominadas por um tipo qualquer de relação conflitante: "em sociologia, sociedade-comunidade; em economia, mercado-plano; em direito, privado-público; em estética, clássico-romano; em filosofia, transcendência-imanência." (BOBBIO, 1995 p.32)

A díade surge da visão de um universo composto por entidades divergentes, maniqueístas. O antagonismo presente em nosso mundo, refletido na política, gera uma divisão do universo social entre os alinhados ao *status quo* e aos revolucionários de alinhamento anarquista. Anthony Giddens (1996, p.284), ao observar o comportamento da direita no campo político, apresenta uma explicação para essa relação: "No todo, a direita aceita melhor a existência de desigualdades do que a esquerda, e está mais propensa a apoiar os poderosos do que os desprovidos de poder." Portanto, a inclinação política reflete na esfera social, podendo ser entendida como inclinação ideológica.

Essa visão de mundo é formada com o surgimento da Revolução Francesa refletindo posteriormente em nossa contemporaneidade, mas chega aos nossos dias esvaziada. Bobbio (1995, p33 - 34) afirma:

As reflexões seguintes nascem da constatação de que, nestes últimos anos, tem sido repetidamente afirmado, ao ponto mesmo de se converter em lugar-comum, que a distinção entre direita e esquerda - que por cerca de dois sécu-

los, a partir da Revolução Francesa, serviu para dividir o universo político e duas partes opostas - não tem nenhuma razão para ser utilizada. [...] Delas se fala frequentemente com um certo enfado, como de uma das tantas armadilhas linguísticas em que se deixa aprisionar o debate político.

A armadilha apontada pelo autor, deixada como herança pelos revolucionários europeus, é de fundamental visualização para este trabalho. Pretende a pesquisa analisar o discurso, a linguagem em ação, então é possível perceber questões dialéticas na existência dos rivais a apimentar o debate político.

Essa dicotomia apresenta-se hoje esvaziada. Uma vez surgidos juntos, os lados desse embate só podem existir em relação de complementaridade. Bobbio (1995, p.47) apresenta uma explicação:

Ao que tudo indica o mais decisivo motivo para negar a díade não se refere à contestação recíproca, ao fato de que as duas partes de um todo, o sistema político, estão destinadas a cair juntas (se não há mais direita, não há mais esquerda).

Como poderia não existir mais essa díade se ela reaparece em cada novo embate eleitoral? Ideologicamente ambas mantêm-se vivas levantando bandeiras, dividindo-se em cores e em rótulos, ou seja mostrando-se opostas.

É inegável admitir a inclinação cromática dos "esquerdos" para a cor rubra. Já os "direitos" costumam identificar-se, em nosso Brasil, à coloração presente na bandeira, ora puxado para o azul, ora para o verde. Percebe-se nos rótulos a distinção, mas no discurso é visível sua convergência. Ambos pretendem os mesmos objetivos ou apresentam as mesmas propostas. Bobbio (1995, p.47) elucida a questão:

Refere-se ao reconhecimento de que as duas etiquetas tornaram-se meras ficções e, na realidade, diante da complexidade e novidade dos problemas que os movimentos políticos devem enfrentar, os 'destros' [*'destri'*] e os 'esquerdos' [*'sinistri'*] dizem no fim das contas, as mesmas coisas, formulam, para uso e consumo de seus eleitores mais ou menos os mesmos programas e propõem-se os mesmos fins imediatos (BOBBIO, 1995, p.47).

Observando as considerações do autor se pode concluir a dificuldade de distinguir o perfil político dos competidores em uma corrida eleitoral, pois os partidos hegemônicos não se alinham verdadeiramente em lados opostos.

O que a princípio deveria representar uma antítese mostra-se em relação de justaposição. As faces opostas parecem se revezar no poder representando uma moeda ora em "cara",

ora em "coroa", que indica alternância, mas sendo a mesma moeda. Assim entende-se "a direita e a esquerda não uma contra a outra, mas uma após a outra em linha contínua, que permite passar gradualmente de uma a outra." (BOBBIO, 1995, p. 93).

A alternância proposta pelos grupos políticos prova-se, segundo Bobbio, uma falácia. Na busca por apresentar essa falsa alternância segue a relação dos últimos governadores eleitos em Pernambuco com suas coligações políticas. As datas conferem ao ano dos pleitos representados abaixo, não ao período de mandato, consideradas período determinante na história política e econômica recente do próprio Brasil dentro da redemocratização.

### Quadro 1 - Comparação entre candidatos e coligações nas eleições para o Governo do Estado de Pernambuco 1986 - 2014.

Eleições para o Governo de Pernambuco 1986 - 2014		
Ano	Candidato eleito	Candidato derrotado
1986	<b>Miguel Arraes</b> (PMDB) - Frente Popular de Pernambuco (PMDB, PMB, PSB, PCB, PC do B)	<b>José Múcio Monteiro</b> (PFL) - (sem coligação)
1990	<b>Joaquim Francisco de Freitas Cavalcanti</b> (PFL) - (PFL, PRN, PDS, PDC, PSC, PSD, PST, PTR, PCN, PT do B)	<b>Jarbas Vasconcelos</b> (PMDB) - Frente Popular de Pernambuco (PMDB, PDT, PSB, PSDB, PCB, PC do B, PMN, PS)
1994	<b>Miguel Arraes</b> (PSB) - Frente Popular de Pernambuco (PT, PSB, PDT, PMN e PC do B)	<b>Gustavo Krause</b> (PFL) - União por Pernambuco (PFL, PP e PSDB)
1998	<b>Jarbas Vasconcelos</b> (PMDB) - União por Pernambuco (PPB, PMDB, PST, PTN, PFL, PV, PSDC e PL)	<b>Miguel Arraes</b> (PSB) - Frente Popular de Pernambuco (PSB, PT, PRTB, PCB, PTB, PGT, PDT, PC do B, PSD e PMN)
2002	<b>Jarbas Vasconcelos</b> (PMDB) - União por Pernambuco (PMDB, PFL, PPB e PSDB)	<b>Humberto Costa</b> (PT) - Frente de Esquerda de Pernambuco (PT, PC do B, PCB, PL, PMN e PST)
2006	<b>Eduardo Campos</b> (PSB) - Frente Popular de Pernambuco (PSB, PDT, PP, PSC e PL)	<b>Mendonça Filho</b> (PFL) - União por Pernambuco (PFL, PSDB, PMDB, PTN, PHS e PV)
2010	<b>Eduardo Campos</b> (PSB) - Frente Popular de Pernambuco (PSB, PDT, PT, PP, PTB, PSL, PSC, PR, PSDC, PHS, PTC, PRP, PCdoB, PTdoB, PRB)	<b>Jarbas Vasconcelos</b> (PMDB) - Pernambuco Pode Mais (PMDB, DEM, PSDB, PPS, PMN)
2014	<b>Paulo Câmara</b> (PSB) - Frente Popular de Pernambuco (PMDB, PCdoB, PSB, PTC, PRP, PV, PTN, PR, PSD, PPS, PSDB, SD, PPL, DEM, PHS, PSDC, PROS, PP, PEN, PRTB, PSL)	<b>Armando Monteiro Neto</b> (PTB) - Pernambuco vai Mais Longe (PTB, PDT, PT, PSC, PRB, PTdoB)

Analisando as coligações é perceptível a "mudança de lado" dos partidos em busca da aliança capaz de mantê-los no poder. Vejamos primeiramente o caso de Jarbas Vasconcelos (PMDB) com tradição esquerdista abraça a direita para tomar de Arraes o poder. Anteriormente, no ano de 1990, utiliza a força da *Frente Popular de Pernambuco* na tentativa de rivalizar contra o PFL de Joaquim Francisco. Derrotado não sai candidato ao governo no pleito seguinte, mas reaparece em 1998 com o PMDB na coligação *União por Pernambuco* rivalizando Arraes e a *Frente Popular de Pernambuco*, ao conquistar o Executivo Estadual. O político mantém aliança com a direita em 2006 na *União por Pernambuco* indicando como sucessor Mendonça Filho e em 2010 na coligação *Pernambuco Pode Mais*, terminando derrotado nas urnas em ambos os casos. A posição no jogo se inverte em 2014 quando seu partido ligado à esquerda, retorna ao poder aliando-se à *Frente Popular de Pernambuco* na candidatura vitoriosa de Paulo Câmara.

Outros partidos protagonizam "mudança de lado". O PV abraça a *União por Pernambuco* em 1998 e dezesseis anos depois a *Frente Popular de Pernambuco*. Caso similar acontece com o DEM, antes chamado PFL é representante da direita em 86, 90 e 94 e 2006, mantém seu alinhamento direitista nos demais pleitos até coligar-se com *Frente Popular* em 2014. Já o PSB, tradicionalmente de esquerda, aparece alinhado assim em coligações de sete dos oito pleitos relacionados, contudo no ano de 1990 apresenta-se na chapa encabeçada pelo PFL.

Por fim concentrando nossas atenções no último período listado é possível perceber a esquerda dividida entre os principais candidatos. O PT representante mais expressivo da esquerda em nosso país nas últimas décadas confronta o PSB ao se aliar com Monteiro. Seria, portanto, a esquerda tradicional dividida em Pernambuco deixando dúvidas sobre o alinhamento tradicional de lados opostos.

Tomando a concepção de diáde política como uma ficção é difícil definir fronteiras entre os lado da moeda, chega-se aos questionamentos: por que os candidatos apresentam essas linhas ideológicas como verdade? Enfim, a quem ou ao que serve o candidato político durante o pleito?

Entender e analisar o discurso amarra esses questionamentos ampliando a percepção de uma visão de mundo bastante romântica repleta de maniqueísmos e dualidades, como revela Bobbio. Presos a tal visão, os eleitores, assim como os políticos, geram e consomem os símbolos e ícones em nossa sociedade de massa. É preciso, portanto, continuar o caminho trilhado nessa pesquisa tentando entender papel fundamental da imagem e do discurso verbal no embate eleitoral.

## 2.0 IMAGEM E DISCURSO CRÍTICO

A imagem enquanto componente do texto precisa ser analisada criticamente como qualquer discurso. Fonte de dominação e manutenção ideológica, pode ser vista e lida por mais pessoas se comparado às possibilidades de alcance do texto verbal. Para tal a análise da multimodalidade, ao lado da ACD, fornecem elementos para compreender e explicar a mensagem tais com as metafunções e os marcadores discursivos.

## 2.1 SANTINHOS POLÍTICOS E A MULTIMODALIDADE

O corpus da presente dissertação é formado por um tipo de gênero dos retratos, cujo subgênero é chamado de “santinho” e abraça a imagem do candidato na corrida eleitoral.

Os santinhos surgem com uma forte conotação religiosa. Tratam-se de pequenos cartões impressos retratando a devoção aos santos católicos. Na frente uma cena religiosa e no verso orações ou simplesmente um espaço em branco. Seu tamanho reduzido facilita a impressão, o transporte e a coleção. A circulação de tais obras sempre foi um importante instrumento de divulgação da cultura católica e acabou importado para o meio da política a fim de carregar a mensagem e posteriormente a imagem dos candidatos. No Brasil do século XIX, as campanhas giravam em torno das paróquias e os santinhos que realmente continham imagens religiosas acabaram por carregar informações sobre políticos. Com o passar do tempo, o uso partidário valoriza a imagem do candidato em detrimento da figura religiosa, mas é mantido o nome da peça de campanha.

Predecessor do voto eletrônico, o santinho também era utilizado na República Velha (1889 a 1930) para a contagem de votos, e foi substituído mais tarde pela cédula de papel e esta, por sua vez, pelas urnas eletrônicas. O Tribunal Superior Eleitoral (2013) em sua publicação digital: Eleições no Brasil - uma história de 500 anos, conta como foi essa transição:

Cédula é o documento no qual o eleitor registra sua opção no ato de votar. O registro do voto nem sempre se deu da mesma forma. Houve época em que as cédulas como conhecemos hoje não existiam, o voto tinha de ser cantado e transcrito por escrivães ou dado por meio de listas manuscritas e depositadas nas urnas. Também os santinhos já fizeram o papel de cédula, uma vez que não existia uma padronização do modelo. (TSE, 2013, p.20)

Naquele tempo o santinho ocupava o lugar da cédula eleitoral. Como não havia um padrão nacional por vezes o voto poderia até ser declarado abertamente, "cantado" e registrado por um escrivão. O voto em santinho era um registro depositando na urna através de um papel com a foto do candidato. O padrão foi sendo estabelecido com o tempo e cédula foi tornada uniforme. O documento com os nomes dos candidatos passou a ser marcado com um xis representando a escolha do eleitor. A foto torna-se cada vez mais objeto de propaganda de campanha, em uma estratégia de aproximação levando o rosto dos políticos a ser conhecido pelo eleitorado.

"A partir de meados da década de 1950, a Justiça Eleitoral instituiu a cédula única de votação, adotada em todo o território nacional." (TSE, 2013, p.20). Esse processo da época da velha a república caiu em desuso no período da ditadura militar onde não havia o voto direto. Com o período da redemocratização e a Nova República as eleições diretas são retomadas com a cédula de papel e o santinho para propaganda.

O uso mais recorrente desse tipo de retrato político nos anos pós Ditadura consiste em distribuir para a população um papel com o santinho de um lado e uma "cola" do outro para lembrar o cidadão dos nomes e números de seus candidatos na hora de comparecer as urnas. Com a era do digital a urna eletrônica substituiu as de papel como lembra o TSE (2013, p.20): "recentemente, o registro foi parar dentro da urna eletrônica, permanecendo a cédula física no caso de o eleitor não conseguir votar eletronicamente." Não sendo mais instrumento de voto, o santinho permanece como forma de propaganda. Distribuído nas ruas durante o período da corrida eleitoral, serve como publicidade, fato que o define como instrumento ligado a um modo de comunicação direcionado para a construção da verdade e do poder. Sendo assim, Freund (1989, p.107) considera o seguinte:

A palavra escrita é abstracta, mas a imagem é o reflexo concreto do mundo no qual cada um vive. A fotografia inaugura os *mass media* visuais quando o retrato individual é substituído pelo retrato coletivo. Ela torna-se ao mesmo tempo num poderoso meio de propaganda e manipulação. O mundo em imagens é conformado segundo os interesses daqueles que são proprietários da imprensa: a indústria, a finança, os governos.

A imagem fotográfica de uso ideológico, o santinho, deve ser observada segundo a semiótica social, não como uma ferramenta de manipulação abusiva, porém como uma forma silenciosa de construir sentido. Significa muito mais uma estratégia elaborada para ser vencedora do que uma representação de sentido cuja leitura ou análise devam apontar para verda-

des ou mentiras. Nesse sentido, Kress e Van Leeuwen (2006. p. 154, tradução nossa) lembram:

A teoria semiótica social de verdade não pode pretender estabelecer a verdade absoluta ou inverdade das representações. Ela só pode mostrar como uma dada "proposição" (visual, verbal ou não) é representado como verdade ou não.<sup>2</sup>

O letramento em imagens tem a seu favor os estudos da Semiótica Visual de Kress e Van Leeuwen com a *Grammar of Visual Design*, a Gramática do Design Visual (GDV). Desenvolvida como uma forma de compreender os elementos constitutivos da imagem, a maneira como se relacionam e também com seus leitores. Almeida (2011, p.174) explica o seguinte sobre a gramática visual:

[...] surge no cenário linguístico a fim de propor um padrão de descrição estética das imagens, partindo do pressuposto de que seus elementos internos são combinados entre si para comunicar um todo coerente e, dessa forma, expressar significados distintos. Nesse sentido, é válido afirmar que Kress e Van Leeuwen visualizaram estruturas gramaticais em imagens, no momento em que estas codificam interpretações de realidade e relações sociais.

A relação da imagem com o leitor e suas interações sociais foi explorada na comunicação através de santinhos políticos presentes em 2014, ano de eleições presidenciais, para governador, deputados federais e estaduais. Por isso, foi compreendida a estrutura por trás da imagem de um candidato, distribuída na corrida eleitoral, podendo revelar a trama visual que atrai olhares para o personagem retratado.

A construção da representação imagética é de grande valor para a construção da proposição verdadeira ou não. É válido entender como a disposição dos elementos na composição do quadro define a forma de leitura da mensagem visual, tendo-se, portanto, tomado de empréstimo o conceito de Metafunções da Gramática Visual, inspiradas na Gramática Sistêmico Funcional (GSF) de Halliday, conforme se observa no quadro abaixo.

---

<sup>2</sup> A social semiotic theory of truth cannot claim to establish the absolute truth or untruth of representations. It can only show whether a given 'proposition' (visual, verbal or otherwise) is represented as true or not.

**Quadro 2 - Comparação entre as Metafunções da Gramática Sistemico Funcional (GSF) de Halliday e a Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e Van Leeuwen.**

Halliday - GSF	Kress e Van Leeuwen - GDV
Ideacional	Representacional
Interpessoal	Interativa
Textual	Composicional

As metafunções são características de análise da multimodalidade, presentes na GDV e cujo valor aprofunda a compreensão de como as imagens são planejadas. É uma forma pensada de interação com os leitores, cuja finalidade é a sedução para uma causa, uma ideologia capaz de reforçar a manutenção hegemônica. Para a sociedade digital, da internet e da velocidade de transmissão de informação, tão importante quanto compreender a mensagem do signo verbal é compreender a mensagem do signo visual. A sociedade contemporânea deve incorporar a prática do letramento em imagens, o signo visual, à prática do letramento da escrita, o signo verbal (DIONÍSIO, 2001). O predomínio de imagens na mídia de massa, em nossos dias, tem exercido papel fundamental no desenvolvimento de conceitos novos de letramento visual, os quais, por sua vez, estimulam o desenvolvimento de capacidades críticas sobre as bases ideológicas por trás da composição de estruturas visuais (ALMEIDA, 2011).

Na busca por visualizar estruturas com capacidade de dinamizar o entendimento do letramento visual, ao nível da GSF, Halliday (2004) apresenta as metafunções como possibilidades acadêmicas para entender a construção da representação imagética frente à disposição dos elementos na composição do quadro. O autor recusa descrições meramente estruturais elegendo o uso como marca fundamental da caracterização da língua e de sua descrição. Portanto ele pressupõe que se atente tanto para o sistema quanto para as funções da língua. Dessa forma Halliday (2004, p. 31, tradução nossa) afirma o seguinte:

[...] toda a arquitetura da língua se organiza em linhas funcionais. A linguagem é como é, por causa das funções em que se desenvolveu na espécie humana. O termo 'metafunção' foi adaptado para sugerir que a função é um componente nuclear na totalidade da teoria.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> [...] the entire architecture of language is arranged along functional lines. Language is as it because of the functions in which it has evolved in human species. The term 'metafunction' was adopted to suggest that function was an integral component with the overall theory.

Entendendo esse raciocínio percebem-se as metafunções como componentes gramaticais que conjugam redes de sistemas de escolhas de caracterização semântica.

As funções, os componentes gramaticais, são: de valor Ideacional - versa sobre a possibilidade de a linguagem falar, representar e transmitir ideias sobre o mundo; de valor Interpessoal - a característica da linguagem ser usada para estabelecer trocas e relações entre falantes; por fim o valor Textual - responsável por organizar estruturalmente as outras funções de modo que a mensagem seja reconhecível para o receptor (HALLIDAY, 1994).

Fazendo a convergência entre a GSF e a GDV é preciso entender as metafunções de Kress e Van Leeuwen (2006), a saber:

1º A Metafunção Representacional é responsável pela estrutura da narrativa visual, podendo ser encontrada nas imagens com presença de participantes representados (pela fala, pela escrita ou pela imagem), os quais podem ser pessoas, objetos ou lugares. Varia em sua estrutura sendo narrativa (com personagens atores) ou conceitual (com quadros e gráficos).

2º A Metafunção Interativa tem por função estabelecer estratégias de aproximação ou afastamento daqueles envolvidos com o texto, com objetivo de analisar a ligação entre eles. Seriam portanto o autor do texto e o leitor.

3º A Metafunção Composicional dá ênfase, por sua vez, às características da ordenação do quadro e estruturar a disposição dos elementos que faça sentido.

Igualmente, a multimodalidade abre as portas da compreensão para uma possibilidade plural de leitura, em uma época contemporânea quando não deve ser salientada a supremacia da imagem ou do texto, deve-se salientar a visualidade da harmonia (ou não) entre eles (DI-ONÍSIO, 2001). Dessa maneira, considerar a leitura multimodal de um texto, que inclui o santinho político, objeto de estudo desta dissertação, ajuda a entender como: “os elementos composicionais de uma determinada estrutura visual se correlacionam para comunicar significados política e socialmente.” (ALMEIDA, 2011, p.178)

Portanto, a construção da representação imagética é fundamental. Dentro do espaço da imagem, o quadro, a composição dos elementos ali dispostos definem a forma de leitura da mensagem; a maneira como os objetos aparecem interagindo entre si ajuda a formar a mensagem; a maneira como os objetos aparecem interagindo com os leitores reforça a narrativa visual. Essas características listadas acima constituem as metafunções da Gramática Visual.

### 2.1.1 METAFUNÇÕES NA MULTIMODALIDADE

Enfocar este tema implica em uma aprofundamento de conceitos presentes na Gramática do Design Visual de Kress e Van Leeuwen (2006), a saber:

#### 1ª Metafunção Representacional

Através da metafunção representacional, assim como a ideacional, é lembrado que “qualquer modo semiótico tem que ser capaz de representar aspectos do mundo como ele é vivido por seres humanos.”<sup>4</sup> (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p.42, tradução nossa). Ela é responsável pela estrutura visual da narrativa e pode ser encontrada nas imagens com presença de participantes representados (pela fala, pela escrita ou pela imagem), os quais podem ser pessoas, objetos ou lugares.

A presença de vetores, “linhas e pontas de flecha indicando interação entre participantes” (ALMEIDA e FERNANDES, 2008, p.4), revela a ação ou reação, além da meta/objetivo caracterizando a metafunção **representacional narrativa**. Dentro dela, as estruturas narrativas podem ser: *não-transacionais*, as quais apresentam somente um ator (com ação, mas sem meta predefinida) ou *transacionais*, as quais apresentam dois atores sendo um deles a meta apontada pelo vetor. Para estas últimas, deve-se considerar a existência do *Ator* (do qual parte o vetor), dos *Interatores* (ator e meta bidirecionais). Já o *Reator* (ao contrário do ator, precisa possuir traços humanos e olhar para algo ou alguém) pode ser tanto transacional quanto não-transacional. O *Fenômeno*, por sua vez, é um reator transacional (o alvo do vetor é um personagem visualizado no quadro).

Quando a presença de vetores não é percebida, caracteriza-se a metafunção **representacional conceitual**, onde a classificação é feita por categorias de superioridade, pois não há participantes executando ações. Ela serve bem para analisar gráficos e tabelas.

#### 2ª Metafunção Interativa

A metafunção interativa é trabalhada de maneira similar à interpessoal. Estabelece estratégias de aproximação ou afastamento do participante representado [PR] do texto em relação ao leitor (o participante interativo, [PI]), objetivando analisar o elo existente entre eles. Kress e Van Leeuwen (2006, p.42, tradução nossa) explicam:

---

<sup>4</sup> Any semiotic mode has to be able to represent aspects of the world as it is experienced by humans.

Qualquer modo semiótico tem que ser capaz de projetar as relações entre o produtor de um signo, o receptor / reproduzidor desse sinal. Ou seja, qualquer modo tem que ser capaz de representar uma relação social particular entre o produtor, o espectador e o objeto representados.<sup>5</sup>

A ligação entre o leitor/observador e o participante representado se dá em quatro instâncias:

A) *Contato* - É determinado pelo vetor (ou sua ausência) entre participante representado (PR) e interativo. Quando o PR olha para PI entende-se uma *Demanda*, quando PR não olha para PI, torna-se objeto de observação tem-se uma *Oferta*;

B) *Distância social* - É a exposição do participante, o qual aparece em planos de tomada (distância espacial do objeto em relação ao quadro): fechados (em close mostrando somente o rosto ou detalhes do corpo), abertos (em planos gerais mostrando todo o corpo e o ambiente ao redor) e médios (cortando o corpo na altura da cintura evidenciando braços e rosto ou cintura e pernas).

C) A *Perspectiva* - Discute-se o ângulo ou ponto de vista: frontal, oblíquo, vertical. Sua função é determinar igualdade, superioridade ou inferioridade do PR em relação ao PI. Olhando de maneira frontal a perspectiva causa igualdade, é o famoso olho no olho; a perspectiva oblíqua de cima para baixo determina a inferioridade do PR em relação ao PI; por sua vez a perspectiva vertical revela a superioridade de PR uma vez que ele observa PI do alto.

D) *Modalidade* - São os mecanismos modalizadores do nível de realidade, ou valor de verdade trabalhando a cor, a contextualização, a iluminação e o brilho de uma imagem. Imagens bem iluminadas revelam tudo quando as sobras causam interrogações; a cor varia do monocromático P&B ao mundo de cores e tonalidades comum aos olhos; o fundo se relaciona com a frente da imagem ajudando a contextualizar a cena; o brilho, por sua vez, revela detalhes ou os esconde com excesso de claridade ou escurecimento.

---

<sup>5</sup> Any semiotic mode has to be able to project the relations between the producer of a (complex) sign, and the receiver/reproducer of that sign. That is, any mode has to be able to represent a particular social relation between the producer, the viewer and the object represented.

### 3ª Metafunção Composicional

Trabalha-se de maneira similar à metafunção textual, dando ênfase, por sua vez, às características da composição do quadro em detrimento do texto. Kress e Van Leeuwen (2006, p.43, tradução nossa) elucidam essa diferença:

Qualquer modo semiótico tem que ter a capacidade de formar textos, complexos de sinais que aderem tanto internamente com o outro e externamente, com o contexto no qual ele foi produzido. Aqui, também, a gramática visual faz com que uma gama de recursos disponíveis: composições diferentes, providências para permitir a realização de diferentes sentidos textuais.<sup>6</sup>

Ou seja, seu papel é organizar os elementos em uma composição que faça sentido. A organização pode ser compreendida dentro de três sistemas:

A) *Valor de informação* - Definido pela posição no quadro: Dado (à esquerda - a informação já conhecida pelo PI) x Novo (à direita - a informação chave); Ideal (superior - algo oferecido ou a ser alcançado, idealizado) x Real (inferior); Central (no centro - a informação/objeto mais relevante do quadro) x Marginal (nas bordas - informações menos importantes que circundam o objeto/informação principal).

B) *Saliência* - Refere-se à importância hierárquica de alguns elementos em relação a outros atraindo a atenção do PI. Ela pode ser demarcada atentando para o tamanho de objetos ou textos, as cores utilizadas em sua construção e ainda em sua relação com o plano de fundo da imagem.

C) *Estruturação* - Refere-se à presença de linhas ou divisões conectando objetos. A estruturação é fraca quando a conexão marca unidades distintas e forma um fluxo contínuo. A estruturação é forte quando a desconexão de contraste, de cor e formas criam destaque.

Em termos de marcadores verbais, chamados de marcadores discursivos, uma análise de texto no contexto de construção da realidade social, destaca conectivos e argumentação, transitividade e tema, significado das palavras, criação de palavras e metáforas.

---

<sup>6</sup> Any semiotic mode has to have the capacity to form texts, complexes of signs which cohere both internally with each other and externally with the context in and for which they were produced. Here, too, visual grammar makes a range of resources available: different compositional arrangements to allow the realization of different textual meanings.

## 2.2 MARCADORES DISCURSIVOS

Os principais conceitos de marcadores discursivos estão apresentados no livro *Discurso e mudança social* de Norman Fairclough (2001). O autor explica que tais conceitos são voltados para:

[...] aspectos da análise de texto que se relacionam com a função ideacional da linguagem e com os sentidos ideacionais - ou com a 'construção da realidade social' [...] A ênfase, portanto, está no papel do discurso na significação e na referência [...] onde o primeiro compreende o papel do discurso em constituir, reproduzir, desafiar e reestruturar os sistemas de conhecimento e crença. (FAIRCLOUGH, 2001, p.211)

Unindo marcadores discursivos verbais e visuais, pretende-se uma compreensão mais profunda da mensagem carregada pelos santinhos na corrida eleitoral. Considerando a veiculação conjunta da mensagem verbal e visual, pode-se perceber como esta mensagem é assimilada pelo eleitor-leitor das várias esferas da sociedade brasileira.

### 2.2.1 MARCADORES DISCURSIVOS DA MENSAGEM VERBAL

Por marcadores discursivos verbais entende-se aspectos da análise de texto relacionados à construção da realidade social. De acordo com os estudos de Fairclough (2001), o discurso é enfatizado como forma de constituir, reestruturar, reproduzir e também desafiar os sistemas de conhecimento e crença das sociedades. Tais marcadores são listados e explicados pelo autor em seu livro *Discurso e mudança social* como sendo cinco, a saber:

- a) *Conectivos e argumentação* - Analisa aspectos formais do texto como coesão textual e a estrutura frasal, haja vista que “este procedimento nos fornecerá um meio de olhar para a espécie de argumentação que é usada e a espécie de padrões de racionalidade que ela pressupõe” (FAIRCLOUGH, 2001, p.213). Ainda segundo Fairclough, “os tipos de texto diferem nas formas de relação que são estabelecidas entre suas orações e nas formas de coesão que essas relações favorecem, e essas diferenças podem ter significação cultural ou ideológica.” (2001, p.217).
- b) *Transitividade e tema* - É um marcador cuja função é atentar para os tipos de processos codificados em orações. Fairclough (2001, p.221) explica o seguinte: “dois tipos prin-

cipais de processos são processos relacionais, onde o verbo marca uma relação (ser, ter, tomar-se) entre os participantes, e processos de ação, onde um agente age em direção a um objetivo.” A dimensão textual da gramática também recebe atenção com esse marcador.

- c) *Significado das palavras* - Procura interpretar a maneira como os produtores de texto usam palavras e como expressam significados. É o modelo hegemônico de significado de palavras. Sobre isso Fairclough (2001, p.235-236) escreve: “ [...] pode ser usado não apenas para analisar discursos políticos, mas também para investigar o significado de palavras na educação, na publicidade, e assim por diante.”
- d) *Criação de palavras* - É o marcador que trata da utilização de novos termos lexicais para gerar novos significados. Em um exemplo simples, porém muito ilustrativo Fairclough (2001, p. 236) admite o uso de “lexicalizações alternativas tais como as palavras como influxo ou enchente usadas para expressar imigração de forma oposta a 'busca' de uma vida nova.”.
- e) *Metáforas* - Marcadores verbais não seriam apenas os adornos estilísticos conhecidos e utilizados dentro do discurso, seriam uma base para a construção da própria realidade. A escolha de uma metáfora em detrimento de outra muda a maneira como vemos e representamos as coisas. Nesse sentido: “As metáforas estruturam o modo como pensamos e o modo como agimos, e nossos sistemas de conhecimento e crença, de uma forma penetrante e fundamental.” (FAIRCLOUGH, 2001, p.241).

Em termos de marcadores do discurso visual, existe uma gramática visual que descreve “a forma como que mostrava elementos - pessoas, lugares e coisas - se combinam em 'declarações' visuais de maior ou menor extensão e complexidade.” (KRESS e LEEUWEN, 2006, p.1). Igualmente apresentada no livro *Reading images: the grammar of visual design* (2006) dos citados autores Günter Kress e Theo Van Leeuwen, esta gramática analisa os marcadores de modalidade na mensagem visual (saturação, diferenciação e modulação da cor, contextualização, representação, profundidade, iluminação e brilho) de maneira a identificar as estratégias de manipulação atreladas a formas de representação visual.

## 2.2.2 MARCADORES DISCURSIVOS DA MENSAGEM VISUAL

A foto, como uma imagem, cuja função técnica a faz “representante verossímil” da realidade, parece não mentir, mas os produtores de imagens sim, por isso:

[...] como membros de uma sociedade, temos de ser capazes de tomar decisões com base nas informações que recebemos, produzimos e trocamos. E na medida em que estamos preparados para agir, temos de confiar em algumas das informações que recebemos, e ao fazê-lo, utilizamos os marcadores de modalidade na mensagem, com base nos sinais textuais que podem ser considerados críveis e que devem ser tratados com cautela. Estes marcadores de modalidade foram estabelecidos pelos grupos com os quais nos relacionamos como guias confiáveis para a verdade ou a factualidade das mensagens, e eles são desenvolvidos a partir do centro de valores, crenças e necessidades sociais desses grupos. (KRESS e LEEUWEN, 2006, p.154, tradução nossa)<sup>7</sup>

A mensagem visual, assim como a verbal, pode ser destrinchada em marcadores ligados à construção da realidade social. Para compreender o texto visual e sua influência sobre a realidade, é preciso admitir a existência de marcadores com capacidade de explicar a imagem. Tais elementos da construção do texto visual são capazes de traduzir algo visto como verbos, advérbios e também adjetivos, reforçando e ampliando potencialidades do mundo imagético.

Para Kress e Leeuwen (2006, p. 155), citando Halliday (1985, p.85 89), esses marcadores atuam como “verbos auxiliares que concedem graus específicos da modalidade declarações, verbos como *pode, vai e deve* (a diferença entre *Ele pode vir e Ele virá*) e seus adjetivos relacionados (*possível, provável, certo*) e advérbios”<sup>8</sup>. Eles são listados em número de oito:

- a) *Saturação de cor* - A cor pode ser intensa e viva ou ainda variar para tonalidades pastéis e fracas. A saturação intensa chama muito a atenção, atrai o olhar diferentemente de tons pastéis. “[...] seria numa escala que vai de saturação de cor completa para a ausência de cor, isto é, a preto e branco” (2006, p. 160).

<sup>7</sup> Yet, as members of a society, we have to be able to make decisions on the basis of the information we receive, produce and exchange. And in so far as we are prepared to act, we have to trust some of the information we receive, and do so, to quite some extent, on the basis of modality markers in the message itself, on the basis of textual cues for what can be regarded as credible and what should be treated with circumspection. These modality markers have been established by the groups within which we interact as relatively reliable guides to the truth or factuality of messages, and they have developed out of the central values, beliefs and social needs of that group.

<sup>8</sup> The auxiliary verbs which accord specific degrees of modality to statements, verbs like may, will and must (cf. the difference between He may come and He will come) and their related adjectives (e.g. possible, probable, certain) and adverbs (see Halliday, 1985: 85–9)

- b) *Diferenciação de cores* - Colorido ou Preto e Branco (PB). A diferenciação de cores “é uma escala que vai de uma gama diversificada de cores maximamente para monocromático” (2006, p. 160). Essa dualidade surgiu da diferença na maneira de representar o mundo. O universo em cores é familiar aos olhos, o PB é fruto da representação em carvão, grafite, giz ou a prata dos filmes fotográficos. O PB sempre acessa memórias antigas e confere à imagem um tom de classe. Já as cores devem ser usadas com sabedoria. Em seu excesso confundem, distraem, atrapalham.
- c) *Modulação da cor* – Assim como a diferenciação de cores, sua modulação deve ser usada com sabedoria. A modulação pressupõe como o arco-íris, a junção de várias delas, causando uma sensação visual diferente, cheia de interpretações possíveis. A presença de uma única cor leva a um sentimento padronizado. Portanto modulação “refere-se à escala que vai de cores totalmente moduladas, como, por exemplo, no uso de muitos tons diferentes de vermelho, a cor lisa não modula” (2006, p. 160).
- d) *Contextualização* – Trabalha a maneira como o fundo da imagem se apresenta, ou seja: “uma escala que vai da ausência de plano de fundo para o mais plenamente fundo articulado e detalhado.” (2006, p. 161). Toda imagem bem planejada é pensada do fundo para frente. Os objetos do fundo (presentes nos últimos planos da imagem) devem estabelecer uma relação de complementaridade com os da frente (no primeiro planos ao invés de entrar em conflito com os mesmos.
- e) *Representação* - Refere-se à descrição detalhada de características dos elementos apresentados na imagem. Os objetos e suas formas podem ser figurativos, representando o mundo tal qual nossos olhos reconhecem, ou abstratos, gerando formas capazes de causar curiosidade ou confusão. Seria “uma escala que vai de abstração máxima a representação máxima de pormenores pictóricos” (2006, p. 161).
- f) *Profundidade* - Discorre sobre a sensação de profundidade no espaço bidimensional. Causada pela noção de linhas convergindo do início do quadro até ao horizonte, gerando um ponto de fuga e a sensação geométrica tridimensional no espaço bidimensional em “uma escala que vai da ausência de profundidade na perspectiva ao máximo de profundidade” (2006, p. 162).

- g) *Iluminação* - Refere-se à quantidade e à disposição da luz na cena. A luz é tudo na fotografia. Controlar e utilizar esse elemento fundamental altera as características imagéticas. A iluminação “vai da representação máxima do jogo de luz e sombra à sua ausência.” (2006, p. 162). A luz em uma imagem totalmente clara pode não deixar brechas para interpretação, diferentemente de um jogo com sombras e silhuetas.
- h) *Brilho* - O último dos marcadores listados é “uma escala que vai de um número máximo de diferentes graus de luminosidade a apenas dois graus: preto e branco, ou cinza escuro e cinza claro, ou dois valores de brilho da mesma cor.” (2006, p. 162). O brilho pode conferir definição a uma imagem ou transformá-la em marca d'água tornando-a, no caso, um pano de fundo.

Importante concluir que esta gama de marcadores discursivos, tanto visual como verbal, faz parte de marcadores “possíveis” em um sentido teórico, entretanto a escolha e o emprego dos mesmos dependerá dos achados dos marcadores de “fato” encontrados no *corpus* em análise.

### 2.3 TEXTOS VISUAIS E A SEMIÓTICA SOCIAL

A Semiótica Social foi desenvolvida como uma tentativa de compreender as relações socioculturais existentes na comunicação entre as pessoas e, portanto, a forma como o mundo é representado (KRESS e LEEUWEN, 2006). Para isso é preciso visualizar as características de multimodalidade, além da língua representada pelo texto verbal e pelo texto visual. Ele, o texto multimodal, seria para a semiótica social:

Um ‘tecer’ junto, um objeto fabricado que é formado por fios ‘tecidos juntos’ – fios constituídos de modos semióticos. Esses modos podem ser entendidos como formas sistemáticas e convencionais de comunicação. Um texto pode ser formado por vários modos semióticos (palavras e imagens, por exemplo) e, portanto, podemos chegar à noção de multimodalidade. Com o advento de materiais computadorizados, multimídia e interacional, esta forma de conceituar a semiose se torna cada vez mais pertinente. (KRESS, 1995 apud SANTOS; MEIA, 2010, p.305 )

Para a teoria multimodal, o texto é constituído por múltiplas semioses. Logo, é importante compreender a língua como sendo influenciada por hábitos e convenções. A sociedade e a cultura interagem na língua em seu uso não sendo possível entendê-la como algo restrito aos

códigos do texto, aos da fala ou aos do mundo visual. A multimodalidade experimenta a mistura de vários códigos semióticos na formação da comunicação. Segundo Descardecí (2002, p.20):

Na teoria da semiótica social, a língua é entendida como parte de um contexto sociocultural, no qual a *cultura* em si é entendida como produto de um processo de construção social. Sendo assim, nenhum código pode ser completamente estudado em isolamento.

Entende-se, portanto, a própria comunicação como algo multimodal. A mistura de mensagens verbais e não-verbais faz do ato de transmitir mensagens algo intimamente ligado com o fazer cultural. Portanto, comunicar pode ser considerado produzir uma mensagem baseada na cultura de quem a transmite e também a recebe.

A construção dos significados seria, portanto, uma maneira de direcionar culturalmente as crenças e valores. Convenções e normas sociais delimitam as fronteiras da mensagem multimodal e a caracterizam, como esclarecem Kress e Van Leeuwen (2006, p. 266, tradução nossa) o seguinte:

Semiótica social é uma tentativa de descrever e entender como as pessoas produzem e comunicam significados em configurações sociais específicas, sejam elas as configurações, tais como a família ou situações em que a sinalização é bem institucionalizada e cercada por hábitos, convenções e regras.<sup>9</sup>

Sendo o homem um ser social e as convenções delimitadoras do que se pode dizer e como dizer, entendemos a noção de verdade como uma construção simbólica, sociohistórica, cultural e política... A semiótica social indica o caminho para a noção do verdadeiro na multimodalidade e a força política por trás dela. Kress e Van Leeuwen (2006, p. 155, tradução nossa) explicam:

Do ponto de vista da semiótica social, a verdade é uma construção de semiose, e como tal a verdade de um determinado grupo social surge a partir dos valores e crenças desse grupo. Contanto que a mensagem faça a expressão apropriada destas crenças, a comunicação prossegue de forma comum, de forma banal 'feliz'. Isso significa que, no entanto, a nossa teoria da modalidade tem de explicar uma situação complexa: as pessoas não só comunicam e afirmam como verdade os valores e crenças de seu grupo, eles também comunicam e conferem graus de verdade ou mentira para os valores e crenças de outros grupos.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Social semiotics is an attempt to describe and understand how people produce and communicate meaning in specific social settings, be they settings such as the family or settings in which sign-making is well institutionalized and hemmed in by habits, conventions and rules.

<sup>10</sup> From the point of view of social semiotics, truth is a construct of semiosis, and as such the truth of a particular social group arises from the values and beliefs of that group. As long as the message forms an apt expression of these beliefs, communication proceeds in an unremarkable, 'felicitous' fashion. This does mean, however, that our theory of modality has to account for a complex situation: people not only com-

Os autores mostram que a verdade pode ser entendida como uma construção de valores. Dentro das sociedades ocorre um processo de significação no qual grupos atribuem valor de verdade ou mentira para crenças e valores tanto seus quanto de outros grupos. A comunicação, entranhada na sociedade, seria ferramenta para expressar a crença, e criticar a oposta.

A comunicação é influenciada pela construção social da realidade e é, ao mesmo tempo, influencia por ela. Dentro dos estudos da multimodalidade é difícil ver as coisas de maneira separada, tudo é uma construção de múltiplos sentidos. Dominar as possibilidades de construção da mensagem multimodal possibilita influenciar a sociedade para novas configurações da verdade.

Dentro dessa perspectiva, o santinho se apresenta como uma forma de comunicação multimodal. O retrato fotográfico, desde seu surgimento em meados do século XIX, tem a capacidade de alcançar todas as camadas sociais. Sougez (1996) lembra como sendo uma das primeiras vertentes da fotografia a tirar as pessoas de casa para eternizar sua imagem, em cliques produzidos em estúdios, o retrato alcança todas as camadas da sociedade do século XIX. Segundo Amar (2010, p.54), “o retrato fotográfico desenvolveu-se em todas as direções, tornou-se um fenômeno social e um tema de criação artística. A fotografia foi, graças a ele, totalmente integrada à sociedade.” Assim como foi no princípio da fotografia, hoje o retrato faz parte integrante da construção imagética da sociedade e é escolhido como gênero textual para a análise.

Pensando nas possibilidades políticas do uso do retrato em ano de eleições para Governador de Estado, analisar a imagem do candidato a um cargo no executivo revelou-se um interessante objeto de estudo multimodal. A imagem do candidato aparecendo ao lado de seu cabo eleitoral reforça o caráter político da imagem.

### 3.0 METODOLOGIA E ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

A fim de selecionar um momento da vida eleitoral pernambucana e brasileira, apresentamos a estratégia de recorte, o corpus e a estratégia de análise envolvendo a multimodalidade do discurso e a semiótica social.

#### 3.1 ESTRATÉGIAS DE RECORTE

Esta pesquisa de textos e imagens sobre o discurso eleitoral engloba o período do pleito que culmina com a eleição de Paulo Henrique Saraiva Câmara para o mandato de Governador do Estado de Pernambuco (2014). Escolhido por Eduardo Campos como seu sucessor, meses antes do trágico acidente que vitimou o ex-governador e presidenciável no mês de agosto do referido ano, Câmara (PSB) foi selecionado para fazer frente a Armando Monteiro do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB).

Como revela a biografia disponível na internet, no portal do Governo do Estado de Pernambuco<sup>11</sup>, o então candidato é natural do Recife, nascido em 1972. É formado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Pernambuco, instituição pela qual tem pós-graduação em Contabilidade e Controladoria Governamental e também Mestrado em Gestão Pública. É casado com Ana Luiza Câmara com a qual tem duas filhas, Clara e Helena.

O candidato eleito conta com um histórico dedicado à atuação pública. É auditor de Contas Públicas pelo Tribunal de Contas do Estado de Pernambuco (1995), atuou no Tribunal de Justiça de Pernambuco (2003) e na Câmara de Vereadores do Recife (2005). Ao lado do então governador Eduardo Campos assumiu a Secretaria de Administração do Estado (SAD) em 2007. Três anos depois assumiu a Secretaria de Turismo e, entre 2011 e o início do presente ano, a Secretaria da Fazenda.

Câmara candidato do PSB foi apresentado ao eleitorado pernambucano como uma escolha natural do então governador Eduardo Campos. Após dois mandatos à frente do executivo, Campos lançou-se candidato à Presidência da República, tendo ao seu lado Marina Silva, da Rede Sustentabilidade, candidata a vice-presidente. Pleiteando ocupar o Palácio da Alvorada, Campos transmite seu mandato para o vice-governador, João Lyra, e parte para a campanha nacional. Na manhã do dia 13 de agosto, um trágico acidente aéreo em Santos inter-

---

<sup>11</sup> PE.GOV. Pernambuco Governo do Estado, Governador. Disponível em: <http://www.pe.gov.br/governo/governador/> > Acesso em: 02 jun. 2015.

rompe a campanha do presidencial, vitimando os sete ocupantes do jatinho que levava a comitiva, entre eles: os tripulantes, assessores e o político.

A partir daquele momento a campanha presidencial sofre uma reviravolta. Marina Silva encabeçou a corrida eleitoral ao nível nacional e os correligionários pernambucanos assumiram a campanha local. Marina Silva não pode fazer frente à campanha de reeleição da presidenta Dilma Rousseff. O embate nacional foi para o 2º turno onde Rousseff derrotou Aécio Neves.

Na esfera regional, o resultado foi diferente para o PSB. Segundo o site de notícias G1, no domingo 5 de outubro, dia do primeiro turno da eleição, Câmara foi eleito Governador do Estado, tendo como vice-governador Raul Henry (PMDB). Representando a "Frente Popular de Pernambuco". derrotou o candidato rival, Armando Monteiro da coligação "Pernambuco Vai Mais Longe". Apurado a totalidade de urnas do estado o candidato "socialista apareceu com 68,08% votos válidos -- um total de 3 milhões de votos. O senador Armando Monteiro (PTB) ficou em segundo lugar, com 31,07% -- 1,3 milhão de votos." (G1, 2014)

Recortando esse momento da vida eleitoral pernambucana e brasileira, encontramos o candidato vencedor do pleito ao Executivo Estadual e sua imagem oficial de campanha apresentada aqui como a Figura 01, além das demais Figuras 02, 03, 05, 06 e 07. Esse material imagético é apresentado posteriormente, entre as páginas 58 e 61, onde serão apresentados o corpus e o objeto. Logo faz-se necessário, na sequência, compreender como é possível analisar tais mensagens visuais e verbais.

### **3.2 CORPUS E OBJETO**

Como dito anteriormente, o corpus da presente dissertação é formado por um tipo de gênero dos retratos. O “santinho”, subgênero dessa categoria de imagem abraça a imagem do candidato na corrida eleitoral sendo utilizado como ferramenta de aproximação do mesmo com seu eleitor. Ao analisar a campanha eleitoral do presente ano e de pleitos anteriores, foi possível observar o apagamento do santinho clássico frente à profusão de imagens a carregar o retrato oficial do candidato. Tal apagamento vem ocorrendo faz alguns anos com a melhora dos meios de impressão a cores e a profusão de gráficas rápidas, onde o santinho tradicional é transformado ou praticamente desaparece dando lugar a panfletos, folhetos, banners e adesivos de todos os tipos. Eles são utilizados no período eleitoral, como suporte para carregar a imagem do político na corrida. O próprio santinho em seu formato clássico só aparece em raros casos na véspera do dia da eleição. Tendo observado essa realidade das campanhas, o

corpus é caracterizado pelo "santinho" enquanto imagem oficial do candidato pois, como lembra o TSE (2013, p.22), "recentemente, o registro foi parar dentro da urna eletrônica", daí a necessidade de entendermos o santinho em nossos tempos como a retrato oficial de divulgação, utilizado tanto pela propaganda dos partidos quanto pelo Tribunal Eleitoral no momento de caracterizar o candidato na urna eletrônica.

O site Eleições 2014, <http://www.eleicoes2014.com.br/><sup>12</sup>, serviu de fonte para encontrar a imagem presente na urna, a qual na sequência será vista nas mídias selecionadas da campanha. Mantido pela empresa portuguesa **7Graus** segue uma linha de trabalho com foco em fornecer informação correta e de qualidade pela web. A fim de exemplificar o uso do retrato santinho, foi escolhida a página reservada para o candidato eleito em Pernambuco, Paulo Câmara, no site citado acima. Acreditamos ser importante a referência de uma empresa internacional posto que o conhecimento de domínio público está disponível para todos.

O objeto de análise é o retrato em santinho político e compreende imagens de divulgação eleitoral distribuídas pelas ruas da cidade do Recife, colhidas compõem o material de análise apresentado a seguir.

A Figura 01 mostra o retrato em cores feito para base de toda a campanha imagética. Em formato quadrado deve ter passado por pequenos ajustes de tratamento de imagens para ajustar brilho e contraste, comuns para a finalização e apresentação de imagens fotográficas, além de ser reenquadrado a partir do formato retangular.

### **Figura 01: Retrato oficial de Paulo Câmara.**



A Figura 02 está em formato de ficha trazendo informações básicas como data de nascimento, naturalidade, estado, número da legenda e candidato a vice.

---

<sup>12</sup> Eleições2014. Paulo Câmara. Disponível em: < <http://www.eleicoes2014.com.br/paulo-camara/>> Acesso em: 24 dez. 2014

**Figura 02: Ficha de Paulo Câmara Eleições 2014.**

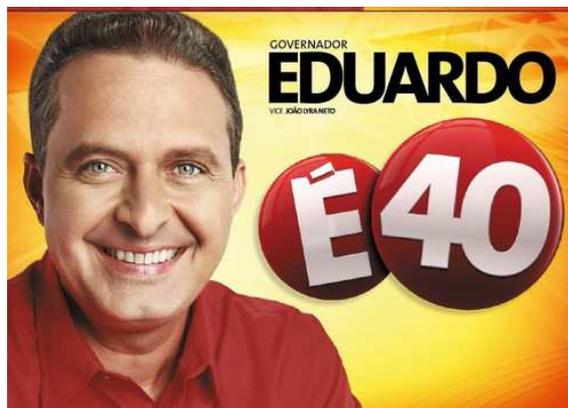


A Figura 03 trata-se de um selo em formato panorâmico, impresso em cores com um dos slogans da campanha "Agora é Paulo 40", acrescido de seus candidatos a senador e presidente da república. Tal slogan remete à campanha de Eduardo Campos em 2010 também para o governo estadual, como visto na Figura 04.

**Figura 03: Selo panorâmico Agora é Paulo 40.**



**Figura 04: Eduardo é 40.**



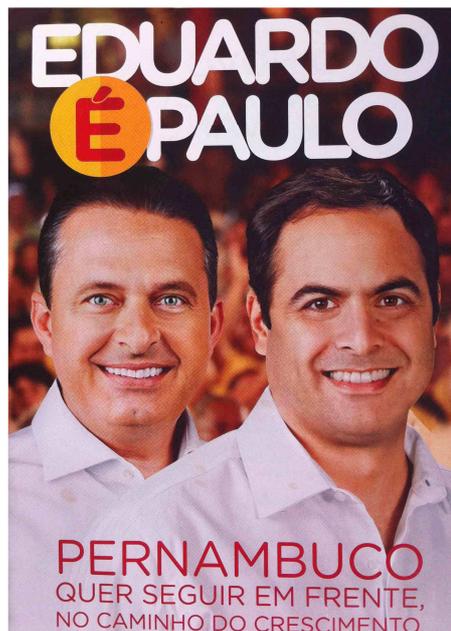
A Figura 05 é um selo em formato redondo, geralmente colado em camisas e camisetas, apresentando o candidato a senador Fernando Bezerra Coelho ladeado por Paulo e Eduardo Campos.

**Figura 05: Selo redondo Fernando é 400.**



A Figura 06 apresenta Paulo Câmara ao lado de Eduardo Campos, sob um fundo colorido e emoldurados por frases de campanhas.

**Figura 06: Eduardo é Paulo.**



Por fim a Figura 07 traz Paulo ladeado pelos principais personagens da campanha do PSB pernambucano, Fernando Bezerra, Eduardo Campos e Marina Silva, frente a uma bandeira do estado.

**Figura 07: O novo Pernambuco Avança.**



Em sequência essas imagens comprovam a existência do retrato oficial de divulgação fornecida pelo próprio candidato para ser utilizado do primeiro ao último dia de sua campanha e na de seus correligionários. A composição de santinhos de diversas maneiras e formatos serve por fim a urna eletrônica identificando o candidato no dia do pleito de maneira similar ao que acontecia antigamente.

### **3.3 ESTRATÉGIA DE ANÁLISE: O DISCURSO E A SEMIÓTICA SOCIAL - UM OLHAR MULTIMODAL**

Intencionando estabelecer estratégia de análise capaz de atender aos objetivos deste estudo, é preciso entender a imagem como uma mensagem multimodal. Isto inspira a mesclar trabalhos distintos sobre texto verbal e texto visual.

Sendo a imagem de campanha um misto de textos, é preciso entender como na construção das palavras e frases são utilizados marcadores discursivos verbais sob a ótica de Fairclough (2001), tais como: conectivos e argumentação, transitividade e tema, significado das palavras, criação de palavras e metáforas, a fim de fazer o discurso constituir, reestruturar, reproduzir e também desafiar os sistemas de conhecimento e crença da sociedade.

Os marcadores do discurso visual de Kress e Van Leeuwen (2006) a seu tempo permitem traduzir algo visto como sentenças a ampliar potencialidades do mundo imagético através do brilho, da iluminação, da profundidade, da representação, da contextualização, da modulação da cor, da diferenciação de cores e da saturação de cor.

A análise da construção multimodal dos santinhos só pode ser concluída observando como as metafunções também de Kress e Van Leeuwen (2006), nas modalidades representacional, interativa e composicional, explicam a construção das peças a fim de compreender como a imagem, seus personagens e textos interagem com o leitor a partir de sua disposição no quadro.

Por fim, atentar aos detalhes acima relacionados deve explicar o questionamento sobre o modo de operação da ideologia apresentado por John B. Thompson (1995) no primeiro capítulo deste trabalho. Lembrando: o modo de operação ideológica da dissimulação é capaz de ocultar relações de dominação velando aspectos da realidade. Na categoria do deslocamento demonstra-se, portanto, a eficácia de atrair conotações positivas ou negativas de uma figura histórica para outra apresentando um "fato ou uma ideia" para ser aceito como verdade.

O material de campanha será analisado segundo as categorias descritas por Kress e Van Leeuwen (2006) e Fairclough (2001) a esta seguirá um quadro de análise criado para guiar a elaboração do texto.

### Quadro 3 - Quadro de Análise.

Quadro de análise:	
Categorias	Análise
Metafunção representacional	<p>Representacional narrativa:</p> <p><u>Não-transacional</u>: Um Ator (com ação, mas sem meta predefinida).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reator (possui traços humanos e olha para algo ou alguém).</li> </ul> <p><u>Transacional</u>: Dois Atores sendo um deles a Meta apontada pelo Vetor.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ator (do qual parte o vetor).</li> <li>• Iteradores (ator e meta bidirecionais).</li> <li>• Reator (possui traços humanos e olhar para algo ou alguém).</li> <li>• Fenômeno (reator transacional - o alvo do vetor é um personagem visualizado no quadro).</li> </ul> <p>Representacional conceitual:</p> <p>A classificação é feita por categorias de superioridade.</p>
Metafunção Interativa	<p><u>Contato</u>: Determinado pelo vetor (ou sua ausência) entre PR e PI.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Demanda</i> - quando o PR olha para PI.</li> <li>• <i>Oferta</i> - quando o PR não olha para PI.</li> </ul>

	<p><u>Distância social</u>: Distância espacial do objeto em relação ao quadro.</p> <p><u>Perspectiva</u>: O ângulo ou ponto de vista: frontal, oblíquo, vertical.</p> <p><u>Modalidade</u>: Valor de verdade - a cor, a contextualização, a iluminação e o brilho de uma imagem.</p>
Metafunção Composicional	<p><u>Valor de informação</u>: Definido pela posição no quadro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado (à esquerda) x Novo (à direita)</li> <li>• Ideal (superior) x Real (inferior)</li> <li>• Central (no centro) x Marginal (nas bordas).</li> </ul> <p><u>Saliência</u>: Refere-se à importância hierárquica de alguns elementos em relação a outros.</p> <p><u>Estruturação</u>: Refere-se à presença de linhas ou divisões conectando objetos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Fraca</i> - quando a conexão marca unidades distintas e forma um fluxo contínuo.</li> <li>• <i>Forte</i> - quando a desconexão de contraste, de cor e formas, cria destaque.</li> </ul>
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Aspectos formais do texto como coesão textual e a estrutura frasal.</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Os tipos de processos codificados em orações.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionais - o verbo marca uma relação entre os participantes.</li> <li>• Ação - um agente age em direção a um objetivo.</li> </ul> <p><u>Significado das palavras</u>: Interpreta a maneira como os produtores de texto usam palavras e como expressam significados.</p> <p><u>Criação de palavras</u>: Trata da utilização de novos termos lexicais para gerar novos significados.</p> <p><u>Metáforas</u>: A escolha de uma metáfora em detrimento de outra muda a maneira como vemos e representamos as coisas.</p>
Marcadores do Discurso Visual	<p><u>Saturação de cor</u>: A cor pode ser intensa e viva ou ainda variar para tonalidades pastéis e fracas.</p> <p><u>Diferenciação de cores</u>: Colorido ou Preto e Branco (PB).</p> <p><u>Modulação da cor</u>: Escala que vai de cores totalmente moduladas até a cor lisa que não modula.</p> <p><u>Contextualização</u>: Como o fundo da imagem se apresenta.</p> <p><u>Representação</u>: Descrição detalhada de características dos elementos apresentados na imagem (figurativos ou abstratos).</p> <p><u>Profundidade</u>: A sensação de profundidade no espaço bidimensional</p> <p><u>Iluminação</u>: Refere-se à quantidade e à disposição da luz na cena.</p> <p><u>Brilho</u>: Pode conferir definição a uma imagem ou transformá-la em marca d'água.</p>

#### 4.0 RESULTADOS E DISCUSSÕES:

São apresentadas na sequência as imagens descritas anteriormente no capítulo 3.2 corpus e objeto. O material de campanha contém o retrato oficial de Câmara candidato e será analisado segundo as categorias descritas no capítulo 3.3 estratégia de análise, estas sintetizadas ao final de cada discussão no quadro de análise.

##### **Análise da Figura 1: Retrato oficial de Paulo Câmara.**



A Figura 01 compreende o retrato oficial de Paulo Câmara. Capturado de forma simples, foi feito em fundo branco e mostra o candidato vestindo uma camisa branca. Seu corpo está posicionado levemente de lado, em perfil, ocupando espaço da direita para a esquerda do quadro. O rosto virado para a posição da câmera fotográfica, mira o leitor (o participante interativo, [PI]), de frente com um sorriso largo porém discreto. O cabelo cortado e penteado e moldura a face.

Observando com a Gramática do Design Visual (GDV), é perceptível o uso das Metafunções. Segundo a Metafunção Representacional, o personagem aparece como um Reator (ator que olha para algo ou alguém), influenciando na estrutura narrativa não-transacional (onde existe o ator com uma ação, mas sem meta predefinida). Como existe somente um personagem na cena, a imagem não apresenta interatores agindo entre si. Paulo clicado no ato de olhar, mas sem uma meta predefinida caracteriza a ação não-transacional.

O ato de olhar direto para PI remete à Metafunção Interativa, apresentando na instância de contato o participante representado (PR) como sendo ele mesmo a demanda da mensagem. Por não olhar para nenhum objeto dentro ou fora do quadro, ele não oferta outra coisa além de si.

Seguindo a linha tradicional de retratos políticos, o PR é capturado em plano fechado. Um close de busto, mostrando a parte superior do peito e toda a cabeça, é um plano de tomada

capaz de mostrar tão de perto o retratado que diminui a distância social entre ele e o seu leitor interativo.

A perspectiva ou o ângulo no qual o personagem é retratado mostra o ponto de vista do político a encarar seus eleitores de frente. O olhar nos olhos reforça a sensação de igualdade entre os participantes da mensagem. Por fim, os mecanismos modalizadores do nível de realidade assinalam para a imagem em cores, com luz suave (cujas sombras são leves ou quase inexistentes). A iluminação desenha a textura da roupa, causa variação no tom do branco, diferenciando a camisa do fundo. Já a luz na pele do PR destaca suas marcas de expressão a reforçar o volume do sorriso. A iluminação da direita para a esquerda desenha um triângulo na maçã do rosto. Esta técnica largamente utilizada no retrato serve para destacar a pessoa do fundo.

A Metafunção Composicional pouco aprofunda a leitura da Figura 01. Tendo em vista ser utilizada na composição de peça imagéticas mais elaboradas não permite uma análise profunda, contudo é possível pontuar algumas características. O valor de informação fala a posição central no quadro conferindo destaque ao PR. Não apresenta saliência em importância hierárquica pois somente um objeto parece no quadro sobre fundo neutro tendo a atenção do PI voltada para si. A estruturação é fraca, por referir-se às cores da imagem. Tudo claro e branco não causa destaque além dos mencionados em instâncias acima.

Os Marcadores Verbais de Fairclough (2001) não se aplicam pela ausência de textos verbais. Em contrapartida, os Marcadores da Mensagem Visual valorizam a análise. A cena representa o mundo tal como visto por nossos olhos. É uma imagem colorida, apesar de apresentar pouca variação de cores, e caso seja necessário fazer uma peça com preto e branco (PB) é só retirar as cores. Uma imagem original em monocromático poderia até ser colorida, mas ao custo de muito trabalho.

A saturação lembra que as cores podem ser intensas e vivas ou ainda variar para tonalidades pastéis e fracas. No caso dessa imagem, a saturação é leve e torna as cores agradáveis aos olhos, possibilitando ao retrato ser utilizado em diferentes formatos de santinho. A modulação é uma escala que vai da variação cromática (causando uma miscelânea de sensações) até a cor lisa, a qual não modula, neste caso a presença de poucas cores, modulação fraca, leva a um sentimento padronizado, portanto ajuda a causar um sentimento único sobre o PR.

A presença de um fundo neutro permite o recorte e a utilização do personagem em outras peças da campanha, portanto a contextualização é marcada pela ausência de plano de fundo. A profundidade (a sensação de tridimensionalidade no espaço bidimensional do qua-

dro) é percebida somente pela posição em perfil do político, não existem elementos adicionais para percebermos a presença dos vários planos possíveis em uma imagem mais complexa. Por sua vez, a representação é figurativa permitindo reconhecer o candidato como um homem de aproximadamente 40 anos de idade.

A iluminação é feita com luz suave, cujas sombras são fracas e pouco marcadas causando sensação suave de volume. Como foi dito acima ajuda a desenhar o personagem, destacar do fundo e reconhecer sua forma figurativamente. Por fim a imagem apresenta brilho mediano permitindo conhecer as texturas do retratado e de sua veste.

A pele recebeu um leve tratamento a fim de passar sensação de beleza e cuidado. Apesar das linhas de expressão presentes, não existem manchas, espinhas ou cravos tão comuns na pele humana. O resultado de uma *cútis* sedosa é proveniente da mistura da maquiagem bem planejada, retirando a oleosidade excessiva que brilha com a luz, aliada ao tratamento em programas de edição de imagem, cuja função é reforçar a maquiagem resguardando a naturalidade da pele.

Hoje o programa de edição de imagens mais utilizado por fotógrafos e manipuladores de imagem é o Adobe Photoshop. Criado a partir da importação de técnicas analógicas e manuais do Laboratório Preto e Branco<sup>13</sup> para dentro do ambiente digital possibilitou aperfeiçoar a manipulação e o tratamento de imagens. Seu uso individual (ou em conjunto softwares como: Corel Draw, Adobe Lightroom, Adobe Illustrator, Adobe Indesign e aplicativos para *smatfones*) deve ser entendido como estratégia de dissimulação da realidade. Seu uso possibilita uma versatilidade enorme de atuações imagéticas a exemplo da construção de santinhos onde se misturam: foto, arte e texto.

A Figura 01 foi toda pensada para ser utilizada em momentos diferentes da campanha. Simples em sua aparência demonstra complexidade na elaboração e execução, permite valorizar os diversos santinhos onde será aplicada, mantendo as características originais do retratado para que sejam reconhecidas por seus eleitores, os PI.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	Representacional narrativa: <u>Não-transacional</u> : Um ator (com ação, mas sem meta predefinida)

<sup>13</sup> Laboratório Preto e Branco = Estrutura criada para dentro do universo da fotografia para revelar e ampliar fotos. Composto de uma sala escura, com luzes vermelhas, pias e ampliadores congrega todos os materiais necessários para manipular fotografias em preto e branco e posteriormente coloridas.

	<p>Reator.  <u>Transacional</u>: Não apresenta.</p> <p>Representacional conceitual: Não apresenta.</p>
Metafunção Interativa	<p><u>Contato</u>: PR = Demanda da mensagem.</p> <p><u>Distância social</u>: Plano fechado, diminui a distância entre PR e PI.</p> <p><u>Perspectiva</u>: Frontal - o político encara de frente seu observador.</p> <p><u>Modalidade</u>: Imagem em cores, com luz suave.</p>
Metafunção Composicional	<p><u>Valor de informação</u>: Posição central no quadro.</p> <p><u>Saliência</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Estruturação</u>: Fraca - pouca distinção formando um fluxo contínuo.</p>
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Significado das palavras</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Criação de palavras</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Metáforas</u>: Não apresenta.</p>
Marcadores do Discurso Visual	<p><u>Saturação de cor</u>: A cor pode ser intensa e viva ou ainda variar para tonalidades pastéis e fracas.</p> <p><u>Diferenciação de cores</u>: Colorido ou Preto e Branco (PB).</p> <p><u>Modulação da cor</u>: A presença de poucas cores leva a um sentimento padronizado pouco modulado.</p> <p><u>Contextualização</u>: Como o fundo da imagem se apresenta.</p> <p><u>Representação</u>: Figurativa permitindo reconhecer o candidato como um homem de aproximadamente 40 anos de idade</p> <p><u>Profundidade</u>: É percebida somente pela posição em perfil do político.</p> <p><u>Iluminação</u>: É feita com luz suave, cujas sombras são fracas e pouco marcadas.</p> <p><u>Brilho</u>: Mediano permitindo conhecer as texturas do retratado.</p>

### Análise da Figura 02: Ficha de Paulo Câmara Eleições 2014.



A Figura 02 segue o modelo de análise da Figura 01. No retrato um processo de ação não-transacional do reator marca a Metafunção Representacional. O personagem é apresentando na instância de contato da Metafunção Interativa como sendo a demanda da mensagem e em uma distância social próxima do PI, tendo em vista o plano fechado somente na cabeça e pescoço. A perspectiva frontal PR encara de frente PI. A modalidade, em preto e branco com detalhe colorido da bandeira do Brasil, apresentam leitura similar à imagem anterior porém com brilho acentuado. É visto somente um detalhe colorido da bandeira do Brasil no link do site das eleições. A Metafunção Composicional tem estruturação fraca, pois tudo aparece na mesma tonalidade clara em tons de cinza. Somente a caixa escura ao centro gera alguma diferenciação causando destaque ao texto ali contido.

Relembramos os conceitos apresentados no capítulo 2, tópico 2.2.4 dos marcadores visuais. Na composição da imagem, segundo a leitura ocidental da esquerda para a direita, de cima para baixo, o lado esquerdo compreende o espaço para a informação dada, a qual deve ser de conhecimento geral, o lado direito é reservado para conhecimentos novos apresentados para PI. O alto do quadro é o local para informações ideais a serem compreendidas primeiro enquanto a parte inferior traz informes reais e complementares sobre a mensagem. No centro estão contidas informações importantes enquanto nas margens cabem detalhes menos relevantes.

Voltando para a Figura 02, o valor de informação mostra o retratado dentro do conhecimento dado e o texto como informações novas. O ideal da comunicação aparece no alto do quadro: Paulo Câmara 40, candidato a governador de Pernambuco. Segue na parte inferior as informações reais: o partido, seu vice, idade, naturalidade e o ano do pleito. Hierarquicamente a saliência reforça o mercado dentro dos quadros: o PR é emoldurado no formato 3x4, ao seu lado letras em caixa alta chamam atenção para o nome e a legenda, o retângulo escuro destaca

o cargo pleiteado e o partido. Já no final da imagem as cores da bandeira colocam em saliência o link, evidenciando não se tratar de uma peça de campanha, mas sim de divulgação do site.

A Figura 02 não possui saturação na grande maioria do quadro, pois é resumida quase em sua totalidade às cores preta e branca. Como existem poucas cores a modulação é fraca e a mensagem padronizada. Não existe relação forte entre a frente e o fundo da imagem, porém o plano de fundo levemente texturizado causa destaque suave salientando a hierarquia apresentada acima. PR aparece bem iluminado, seguindo o padrão do retrato original, e é bem representado imagética e verbalmente, assim como deve acontecer na urna eletrônica. Contudo o brilho é muito intenso deixando a imagem bastante clara implicando na perda de texturas.

Os Marcadores Verbais não apontam para metáforas, criação e significado de palavras e transitividade. Conectivos e argumentação mostram a estrutura frasal simples com informações diretas. O texto revela dados sobre o candidato e não aparenta esconder ou ocultar informações. O modo de operação da ideologia da dissimulação não se faz presente nessa figura.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	Representacional narrativa: <u>Não-transacional</u> : Um Ator (com ação, mas sem meta predefinida) Reator. <u>Transacional</u> : Não apresenta.  Representacional conceitual: Não apresenta.
Metafunção Interativa	<u>Contato</u> : PR se apresenta como demanda da mensagem. <u>Distância social</u> : Plano fechado, diminui a distância entre PR e PI. <u>Perspectiva</u> : Frontal - o político encara de frente seu observador. <u>Modalidade</u> : Preto e Branco + Detalhe colorido da bandeira do Brasil.
Metafunção Composicional	<u>Valor de informação</u> : Definido pela posição no quadro: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado (retratado) x Novo (texto)</li> <li>• Ideal (Paulo Câmara 40) x Real (o partido, seu vice, idade, naturalidade e o ano do pleito)</li> <li>• Central x Marginal. Não apresenta.</li> </ul> <u>Saliência</u> : Reforça o marcado dentro dos quadros. O 3x4 e o quadro escuro. as cores da bandeira colocam em saliência o link, evidenciando não se tratar de uma peça de campanha, mas sim de divulgação do site.  <u>Estruturação</u> : Fraca pois tudo aparece na mesma tonalidade com um

	fluxo quase contínuo.
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: A estrutura frasal é simples com informações diretas.</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Significado das palavras</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Criação de palavras</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Metáforas</u>: Não apresenta.</p>
Marcadores do Discurso Visual	<p><u>Saturação de cor</u>: Somente na Bandeira.</p> <p><u>Diferenciação de cores</u>: Colorido ou preto e branco (PB).</p> <p><u>Modulação da cor</u>: Não existe relação forte entre a frente e o fundo da imagem, porém o plano de fundo levemente texturizado causa destaque suave.</p> <p><u>Contextualização</u>: Como o fundo da imagem se apresenta.</p> <p><u>Representação</u>: Bem representado imagética e verbalmente, assim como deve acontecer na urna eletrônica.</p> <p><u>Profundidade</u>: A sensação de profundidade no espaço bidimensional</p> <p><u>Iluminação</u>: Bem iluminado, seguindo o padrão do retrato original.</p> <p><u>Brilho</u>: Muito intenso deixando a imagem bastante clara implicando na perda de texturas.</p>

### Análise da Figura 03: Selo panorâmico Agora é Paulo 40.



A Figura 03 é um selo em formato panorâmico apresentando o candidato e um dos motes da campanha: "Agora É Paulo 40". Também estão presentes o logo das campanhas de Paulo, do candidato ao Senado, Fernando, e da presidenciável Marina Silva. A coligação Frente Popular de Pernambuco é representada pela lista completa dos seus partidos integrantes.

Paulo Câmara aparece em uma Metafunção Representacional narrativa como reator no processo não-transacional. Não existem interatores, ou fenômenos, somente um personagem cujo vetor da ação é o olhar de PR para PI.

A Metafunção Interativa estabelece na instância de contato o representado olhando para seus interativos. Como na Figura 01, ele se apresenta enquanto demanda da comunicação formando um elo de ligação ao olhar diretamente para seus leitores. A distância social é encurtada com o enquadramento em close aproximando-o dos seus leitores. Na edição foi feito um corte ainda mais fechado em relação ao original. Pode ser visto somente do pescoço, com parte da gola da camisa, até o começo do cabelo. Olhando de frente para PI marca a instância da perspectiva. O ângulo frontal reforça confiança, proximidade e igualdade. A instância da modalidade apresenta a cor para aproximar a proposta visual da realidade. O fundo colorido remete a cor de seu partido, sendo contextualizado com letras vermelhas e amarelas. O brilho reforça a característica de realidade demonstrando bem a textura da pele.

Se a análise até aqui foi bastante próxima da Figura 01, a Metafunção Composicional, por sua vez, permite aprofundar o trabalho. A disposição no quadro possibilita entender como o texto visual será lido por PI, assim o planejamento de imagético do santinho faz todo sentido segundo o valor de informação e a disposição no quadro.

O PR aparece à esquerda, é portanto informação dada, algo conhecido pelo eleitor pernambucano. O recifense Paulo Câmara é candidato e esta é sua imagem, familiar a todos (a face do retrato oficial). Em oposição, do lado esquerdo aparece a informação textual, algo novo a ser conhecido pela população: Agora É Paulo 40! Para se estar com o candidato no período eleitoral, deve-se optar pelo número 40 da legenda do PSB.

O texto se enquadra na diferença entre o ideal e o real. Estando no alto do quadro a informação verbal aparece como o ideal da campanha de 2014. Sua contrapartida é apresentada no lado inferior, como realidade da campanha, escolher Paulo é também optar por Fernando para o Senado (Senador É Fernando 400) e Marina para o palácio da Alvorada (Presidente Marina 40). Essa diferenciação não deve ser entendida como uma oposição, sim como complementação na estrutura da mensagem visual.

A saliência, por sua vez, mostra importância hierárquica de alguns elementos em relação a outros, atraindo a atenção do PI para as principais informações compostas no quadro. O retratado ganha destaque à direita por seu tamanho e forma. Ao lado a chamada em caixa alta "É", dentro de um círculo amarelo e "40" em outro vermelho. Assim escolher pelo candidato é, novamente, escolher pelo número do PSB, 40. As cores e círculos marcam ainda uma estru-

turação forte, quando o contraste entre cores e formas cria destaque para os pontos mais relevantes da mensagem contida no quadro. O logotipo de Marina Silva nas cores verde e amarela, representando a Bandeira Nacional, por si só possui Saliência frente ao quadro, ganhando destaque junto as cores quentes do PSB em uma estruturação forte. Esse destaque acaba por lembrar o distanciamento de Marina Silva do Partido de Paulo Câmara.

A compreensão da mensagem imagética é completada pela utilização dos Marcadores Visuais. A imagem é bem iluminada e a representação figurativa aliada ao brilho caracterizam os elementos de maneira tal que nossos olhos possam reconhecê-los: o candidato, as palavras e números apresentados.

A diferenciação de cores lembra a escolha do colorido em detrimento do PB para deixar a comunicação mais próxima da realidade. O selo panorâmico apresenta como cores principais o vermelho, o amarelo, o laranja e o branco; o verde e o preto aparecem como cores complementares. A miscelânea cromática causa a sensação visual cheia de interpretações possíveis, pois toda a cena é predominantemente trabalhada com cores quentes e só o logotipo da presidenciável com cores frias. Seria Marina Silva destoante da ideologia apresentada pelo PSB? Isso reflete nas cores de sua campanha? A modulação atenta para o uso político das cores do PSB, como explicado na Metafunção Interativa. Segundo a contextualização, o fundo da imagem é apresentado de maneira simples, sem profundidade. Suas cores são pensadas para estabelecer uma relação de complementaridade com o personagem e o texto a frente, esta quebrada somente pelo logotipo de Maria Silva.

Por sua vez a saturação das cores reforça a saliência composicional chamando atenção para o texto principal, o algo novo explicado anteriormente. O texto "Agora É Paulo 40" ganha em força visual com o vermelho contrastado frente ao fundo degradê amarelo. Na parte inferior do quadro também é percebido uso da saliência quando a logomarca dos correligionários destaca-se sobre o fundo branco. Mesmo sendo pequenas, as logomarcas têm cores saturadas que ajudam a "saltar aos olhos" sem subtrair atenção da parte principal da mensagem. Tradicionalmente a cor vermelha é ligada a partidos de esquerda em todo mundo; no Brasil, os partidos utilizam essa cor para se fazer lembrados em associação com as massas dos movimentos sociais.

Quanto aos Marcadores Verbais, a imagem ganha vida em sua mensagem e os aspectos formais da escrita fornecem um meio de entender de maneira mais profunda mensagem, isso é visto na valorização do verbo (ser) e do advérbio de tempo (agora). Dessa forma a mensagem aparentemente simples mostra-se bastante articulada. Através dos conectivos e argu-

mentação é percebido o uso do advérbio de tempo (agora) valorizando o texto bem construído em sua sintaxe ao trazer toda a discussão da peça de campanha para presente, o momento de eleger um governador. A frase é completada pelo candidato Paulo Câmara, apresentado como sujeito, o verbo ser aparece no "É", já o predicado surge representado pelo número da legenda partidária "40".

O marcador de transitividade aponta para a codificação da oração. O processo não é de ação, sim relacional, pois Paulo não se dirige a um objetivo. Sabemos ser sua intenção a mais alta cadeira do Estado, entretanto no texto ele não demonstra tal objetivo, isso só parece na parte inferior do selo, onde é visto "Governador Paulo é 40".

O processo codificado na oração principal se apresenta como relacional entre o sujeito Paulo e a legenda do partido 40. A comunicação é pensada como apresentando relação entre numeral e pessoa. Dessa maneira, o verbo demarca uma analogia e uma metáfora: ser, tornar-se, é, Paulo é 40! A oração estrutura o modo de pensar e ver o mundo, transforma a realidade e influencia nos sistemas de crença e conhecimento.

O numeral 40 deve ser entendido como mais do que a representação do PSB, é algo no qual os idealizadores da comunicação desejam transformar o candidato. Isso também pode ser entendido como uma forma de direcionar a conduta do eleitor perante a urna. Além de querer transformar Paulo em 40, seria uma forma de automatizar a cabeça dos leitores: para que Paulo seja Governador, eles devem digitar 40.

A campanha para o Governo pernambucano segue uma linha traçada ainda, em 2010, quando Eduardo Campos concorria ao segundo mandato. A fim de cativar foi criado uma chamada com o nome do candidato adicionando o mote "É 40" no lugar de seu sobrenome. Campos passava a ser apresentado na campanha somente por Eduardo, como era chamado pelos pernambucanos nas ruas. Essa estratégia o aproximou ainda mais do eleitor. Ver Figura 04.

**Figura 04: Eduardo é 40.**



No pleito de 2014, a tática vitoriosa é repetida. Apesar de atuante na política, Paulo Câmara era pouco conhecido pelos cidadãos. Dessa maneira podemos entender a categoria de significado das palavras explicando a maneira como os produtores do texto usam o termo "É 40", fazendo uma ponte, uma ligação com a campanha eleitoral anterior.

O verbo *Ser* também apresenta um sentido subliminar de propaganda em função da homofonia entre o fonema aberto "É" com a prosódia nordestina de Eduardo. Fala-se no Nordeste brasileiro a vogal *E* bastante aberta, lê-se portanto *É*. Para o sotaque nordestino, seria "É"duardo e não "E"duardo. Enfim tudo na campanha gira em torno da figura mítica de um político capaz de emprestar seu poder de persuasão para outros. Portanto, no universo da campanha para o executivo pernambucano de 2014, seria tudo Éduardo.

E quanto a Paulo Câmara? Lendo a chamada de sua campanha "Agora É Paulo" nos perguntamos: está se falando de quem? O que existe de popular nesta frente? Fala-se da Frente Popular de Pernambuco, já o popular seria o verbo *ser* implementando, reforçando a ligação da frente de partidos políticos com o público eleitor.

Paulo Câmara apresentado de maneira similar a Eduardo Campos transporta para si a empatia do padrinho político, assim a relação ideológica demonstrada por Thompson (1995) aparece nas estratégias de comunicação da política local. Segundo o aparelho de operação da ideologia da Dissimulação, na categoria do Deslocamento, as conotações positivas são emprestadas de uma figura para outra.

A mídia, como um Aparelho Ideológico do Estado, influenciou na cultura e no consumo de informações. Disseminando a mensagem verbal e visual, fez uma nova campanha apoiada nos bons exemplos da anterior. Isso não significa que as agências de publicidade agiram

sobre interesses escusos ludibriando os inocentes colegas dos jornais. Todo o processo de desenvolvimento das práticas discursiva acontece naturalmente envolvendo métodos de produção, distribuição e consumo textual. A natureza do funcionamento desses processos varia entre diferentes tipos de discurso, mas age sempre em conjunto onde todas as etapas colaboram dentro de uma linha de ação, capaz de alcançar efetivamente a sociedade.

A seguir é apresentado o quadro de análise da Figura 03.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	<p>Representacional narrativa:  <u>Não-transacional</u>: Um Ator (com ação, mas sem meta predefinida)            Reator.  <u>Transacional</u>: Não apresenta.</p> <p>Representacional conceitual: Não apresenta.</p>
Metafunção Interativa	<p><u>Contato</u>: Se apresenta enquanto demanda da comunicação formando um elo de ligação ao olhar diretamente para seus leitores.</p> <p><u>Distância social</u>: Aproxima PR e PI com um enquadramento em close. O corte é ainda mais fechado em relação ao original.</p> <p><u>Perspectiva</u>: O ângulo frontal reforça confiança, proximidade e igualdade.</p> <p><u>Modalidade</u>: Apresenta a cor para aproximar a proposta visual da realidade. O fundo colorido remete a cor do PSB, contextualizado com letras vermelhas e amarelas. O brilho reforça a característica de realidade demonstrando bem a textura da pele.</p>
Metafunção Composicional	<p><u>Valor de informação</u>: Definido pela posição no quadro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado (a face do retrato oficial) x Novo (a ser conhecido pela população: Agora É Paulo 40!)</li> <li>• Ideal (Agora É Paulo 40!) x Real (escolher Paulo é também optar por Fernando para o Senado e Marina para o palácio da Alvorada)</li> <li>• Central x Marginal. Não apresenta.</li> </ul> <p><u>Saliência</u>: O retratado ganha destaque à direita por seu tamanho e forma. Ao lado ganham destaque a chamada em caixa alta "É", dentro de um círculo amarelo, e "40" em outro círculo vermelho.</p> <p><u>Estruturação</u>: Forte - as cores e círculos marcam uma estruturação intensa, quando o contraste entre cores e formas cria destaque para os pontos mais relevantes da mensagem.</p>
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Percebe-se o uso do advérbio de tempo (agora) valorizando o texto simples porém bem construído em sua sintaxe. A sintaxe é concluída com sujeito "Paulo", o verbo ser no "É" e o predicado no numeral "40".</p>

	<p><u>Transitividade e tema:</u> Processo Relacional entre o sujeito Paulo e a legenda do partido 40. O numeral 40 deve ser entendido como mais do que a representação do PSB; é algo no qual os idealizadores da comunicação desejam transformar o candidato. A comunicação é pensada como apresentando relação entre numeral e pessoa.</p> <p><u>Significado das palavras:</u> Os produtores do texto usam o termo "É 40", fazendo uma ponte, uma ligação com uma campanha eleitoral de Eduardo em 2010.</p> <p><u>Criação de palavras:</u> Não apresenta.</p> <p><u>Metáforas:</u> O verbo demarca uma analogia e uma metáfora: ser, tornar-se, é, Paulo é 40!</p>
<p>Marcadores do Discurso Visual</p>	<p><u>Saturação de cor:</u> O texto "Agora É Paulo 40" ganha em força visual com o vermelho saturado contrastado frente ao fundo degradê amarelo. Na parte inferior do quadro, a logomarca dos correligionários destaca sobre o fundo branco, suas cores saturadas "saltam aos olhos" sem subtrair atenção da parte principal da mensagem.</p> <p><u>Diferenciação de cores:</u> A escolha do colorido em detrimento do PB para deixar a comunicação mais próxima da realidade.</p> <p><u>Modulação da cor:</u> Atenta para o uso político das cores do PSB (vermelho e laranja).</p> <p><u>Contextualização:</u> O fundo da imagem é apresentado de maneira simples, suas cores pensadas para estabelecer uma relação de complementaridade com o personagem e o texto a frente.</p> <p><u>Representação:</u> Figurativa caracteriza os elementos de maneira tal que nossos olhos possam reconhecê-los. descrição detalhada de características dos elementos apresentados na imagem (figurativos ou abstratos).</p> <p><u>Profundidade:</u> Sem ponto de fuga.</p> <p><u>Iluminação:</u> Imagem bem iluminada.</p> <p><u>Brilho:</u> Trabalha junto com a Representação caracterizando e tornando reconhecíveis os elementos.</p>

### Análise da Figura 05: Selo redondo Fernando é 400.



O selo redondo da Figura 05 não pertence a campanha de Paulo Câmara, foi escolhido da campanha de seu correligionário Fernando Bezerra para integrar a análise desta dissertação por ser exemplo do funcionamento do modo de operação ideológica do Deslocamento.

Esse santinho é fundamental para entender como Eduardo Campos, colocado junto a Fernando Bezerra, empresta seu carisma e popularidade. Paulo Câmara e Fernando Bezerra a seu tempo fazem papel duplo: tanto recebem influência de Eduardo Campos quanto emprestam para os colegas.

Os Marcadores do Discurso Visual e as Metafunções da GDV explicam a composição da cena ajudando no deslocamento dessas características de um para outro.

A imagem em cores com partes saturadas atraindo a atenção do olhar de PI. A representação dos objetos e suas formas figurativas, representam o mundo de maneira natural. A cena bem modulada pressupõe junção de várias cores causando uma sensação visual diferente.

A contextualização do primeiro plano com o plano de fundo reforça a ideia posta anteriormente sobre os candidatos serem uma ótima opção para liderar o Estado. A noção de profundidade causada pela existência de quatro planos, um com o texto e Fernando, o segundo com Paulo e Eduardo, o terceiro com a bandeira de Pernambuco e o quarto, o céu. Os dois últimos levemente desfocados apresentam mais brilho dando destaque aos planos da frente.

A cena toda é bem iluminada, e a própria luz denuncia se tratar de uma montagem. Tendo em vista que cada PR tem o rosto iluminado de uma maneira diferente, só pode se tratar de manipulação digital.

Segundo a Metafunção Composicional, a escolha do formato redondo para o santinho causa sensação diferente do retangular. O círculo é uma forma geométrica orgânica que dialoga com união e harmonia. O valor de informação, seguindo a disposição da cena circular, coloca como informação central os PR lado a lado. Impedidos de assumir a postura dada ou nova da esquerda ou da direita, os homens são emoldurados pelas informações posicionadas nas margens: a lista de partidos da Frente Popular, faixas amarelas na parte superior e inferior do quadro e as logomarcas dos políticos. No alto do círculo parecem os homens frente à bandeira como proposta ideal para liderar Pernambuco em perspectiva normal olhando seus PI nos olhos. Logo abaixo, vê-se a conduta certa para tornar a proposta real (lembrar dos números: 400, 40 e 40).

Referindo-se à importância hierárquica de alguns elementos em relação a outros, a saliência aponta atenção do PI para Fernando, demarcando-o assim como reator principal da cena. Os políticos aparecem no santinho frente à bandeira de Pernambuco e ao céu azul claro. A estruturação em círculo é forte, causa desconexão entre o centro colorido e saturado com rostos frente à bandeira e a margem clara com o céu e as camisas brancas a se confundir.

Na Metafunção Representacional, o vetor da narrativa é composto pelo olhar em direção ao leitor, caracterizando os homens como reatores em uma metafunção representacional não-transacional. Ambos os personagens têm seus olhos voltados para o leitor, o PI. Com desempenham uma ação mas não aparece uma meta definida os homens se tornam alvo do olhar de seu leitor.

Escolhendo caracterizar os PR como reatores, os produtores da mensagem transformam o leitor/eleitor em meta de sua comunicação, estabelecendo com eles uma estratégia de aproximação. Observamos então Metafunção Interativa na instância do contato enquanto demanda, quando o PR olha para o PI. É estabelecida, portanto, uma aproximação entre os participantes capaz de representar uma relação social englobando a todos: o produtor, o espectador e os objetos representados.

Os mecanismos modalizadores do nível de verdade mostram uma imagem colorida com fundo bem contextualizado e bom brilho, permitindo ver bem toda a cena. O trio caracterizado assim na distância social do close, olhando para seus PI em perspectiva de ângulo normal com sorriso estampado em seus rostos, revela a tentativa de aproximação e afinidade social, desta maneira definindo o eleitor como alvo na estratégia de angariar confiança e votos.

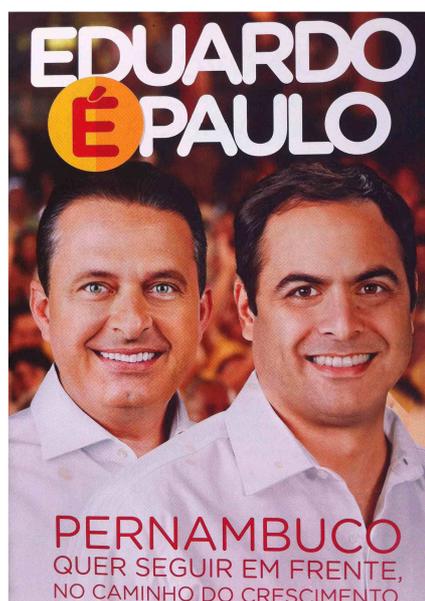
Os Marcadores Verbais são lidos de maneira similar aos da Figura 03. A argumentação da frase é simples, direta e afirmativa. O verbo *Ser* determina a compreensão do processo

relacional, demarca a metáfora e também faz a ligação com a transitividade e o tema reforçando a hipótese (ser x tornar-se), apontando para o verbo e demarcando a relação entre os político e a legenda na qual um torna-se o outro. Os produtores do texto repetem o uso do termo "É 40", desta vez fazendo uma ponte entre a campanha de Eduardo em 2010 e as campanhas da atualidade de Fernando e Paulo.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	<p>Representacional narrativa:  <u>Não-transacional</u>: Um Ator (com ação, mas sem meta predefinida)            Reatores  <u>Transacional</u>: Não apresenta</p> <p>Representacional conceitual: Não apresenta</p>
Metafunção Interativa	<p><u>Contato</u>: Apresentado como demanda, quando o PR olha para PI é estabelecida uma aproximação entre os participantes capaz de representar uma relação social englobando a todos: o produtor, o espectador e os objetos representados.</p> <p><u>Distância social</u>: O trio é caracterizado na distancia social do close revela a tentativa de aproximação e afinidade social.</p> <p><u>Perspectiva</u>: Olhando para seus PI em perspectiva de ângulo normal com sorriso estampado em seus rostos revela a tentativa de aproximação e afinidade social.</p> <p><u>Modalidade</u>: Imagem colorida com fundo bem contextualizado e bom brilho permitindo ver bem todo a cena.</p>
Metafunção Composicional	<p><u>Valor de informação</u>: Definido pela posição no quadro, seguindo a disposição da cena circular, coloca como informação central os PR lado a lado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado x Novo. Não apresenta.</li> <li>• Ideal (os PR) x Real (lembrar dos números: 400, 40 e 40)</li> <li>• Central (os dois PR) x Marginal (partidos da Frente Popular, faixas amarelas e as logomarcas dos políticos).</li> </ul> <p><u>Saliência</u>: Aponta atenção do PI para Fernando, demarcando-o assim como reator principal da cena.</p> <p><u>Estruturação</u>: A estruturação em círculo é forte, causa desconexão entre o centro colorido e saturado com rostos frente à bandeira e a margem clara com o céu e as camisas brancas a se confundir.</p>
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Argumentação da frase é simples, direta e afirmativa.</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Processo relacional reforçando a hipótese (ser x tornar-se).</p> <p><u>Significado das palavras</u>: Os produtores do texto usam o termo "É</p>

	<p>40" desta vez fazendo uma ponte entre a campanha de Eduardo em 2010 e as campanhas da atualidade de Fernando e Paulo.</p> <p><u>Criação de palavras:</u> Não Apresenta.</p> <p><u>Metáforas:</u> O verbo demarca uma analogia e uma metáfora: ser, tornar-se, é, Paulo é 40!</p>
<p>Marcadores do Discurso Visual</p>	<p><u>Saturação de cor:</u> Saturadas atraindo a atenção do PI.</p> <p><u>Diferenciação de cores:</u> Imagem em cores.</p> <p><u>Modulação da cor:</u> Cena bem modulada pressupõe junção de várias cores causando uma sensação visual diferente, cheia de interpretações possíveis.</p> <p><u>Contextualização:</u> A relação do primeiro plano com o plano de fundo reforça a ideia de os candidatos serem uma ótima opção para liderar o Estado.</p> <p><u>Representação:</u> Os objetos e suas formas figurativas representam o mundo de maneira natural.</p> <p><u>Profundidade:</u> A noção de profundidade causada pela existência de quatro planos, o primeiro com o texto e Fernando, o segundo com Paulo e Eduardo, o terceiro com a bandeira de Pernambuco e o quarto plano contendo o céu.</p> <p><u>Iluminação:</u> A cena toda é bem iluminada, e a própria luz denuncia se tratar de uma montagem.</p> <p><u>Brilho:</u> Os dois últimos planos (com a bandeira e com o céu) levemente desfocados apresentam mais brilho dando destaque aos elementos nos primeiros planos.</p>

### Análise da Figura 06: Eduardo é Paulo.



A Figura 06 apresenta as seguintes frases: "Eduardo É Paulo" e "Pernambuco quer seguir em frente no caminho do crescimento". Nos textos encontramos Marcadores do Discurso Verbal. A princípio é possível perceber o uso dos marcadores de conectividade e argumentação e transitividade e tema nas duas frases. Observando os conectivos e argumentação, na primeira frase o verbo *Ser* é determinante para a compreensão do processo relacional entre os participantes. A argumentação da frase é simples, direta e afirmativa. Se Eduardo É Paulo, não deixa parâmetros para discussão ou questionamento contrários. Dessa forma, mostra-se duas possibilidades de interpretação que se justapõem e se completam.

A primeira compreensão possível é: Eduardo Campos escolheu Paulo Câmara como sucessor, logo o primeiro apresenta a escolha de seu candidato. Já a segunda permite entender Eduardo Campos como sendo Paulo Câmara, portanto quem vota no segundo está automaticamente votando no primeiro. O marcador da Transitividade e do tema reforça essa hipótese apontando também para o verbo demarcando a relação (ser x tornar-se) entre os políticos na qual Eduardo tornar-se Paulo e por sua vez Paulo tornar-se Eduardo.

O marcador da Significação aponta para a relação publicitária existente entre as campanhas para governador em 2010 e 2014. Confrontando a Figura 04 com a Figura 06, quando na segunda é repetido o slogan da primeira, percebe-se a intenção publicitária de manter o público familiarizado com estratégias eleitorais. Eduardo é 40 assim como Paulo é 40.

Vale lembrar ainda a ausência do sobrenome nas duas campanhas. Eduardo Campos já era figura presente no cotidiano da população em 2010, não era preciso sobrenome para ser identificado. Com Paulo Câmara a argumentação publicitária é repetida, seu sobrenome foi suprimido e a ideia de ligá-lo a seu antecessor mantida.

Por sua vez, a frase do final da página, "Pernambuco quer seguir em frente no caminho do crescimento", apresenta na lógica do marcador da Argumentação Pernambuco como um personagem na trilha de uma meta, o caminho do crescimento. Segundo a Transitividade, isso representa a ação onde um agente se move em direção a um objetivo. Não são criadas novas palavras, mas é mantido o uso da metáfora com o numeral 40, como foi explicado na Figura 03.

O Marcadores Discursivos Visuais revelam a Figura 06 bem iluminada e com brilho moderado. Concebida em cores e formas figurativas, o universo da cena parece familiar aos olhos. As cores saturadas atraem o olhar de PI, porém não modulam muito segundo a escolha de: branco, preto, vermelho e amarelo como as únicas do santinho.

A noção de perspectiva é causada pelo desfoque do fundo em relação ao primeiro plano. Ambos são bem contextualizados, Eduardo Campos e Paulo Câmara aparecem frente a muitas pessoas como líderes e guias. Isso é ampliado pelas Metafunções da GDV.

A Metafunção Composicional mostra a distribuição dos elementos no quadro .A saliência causada pelo foco atrai atenção para os homens em primeiro plano. A estruturação é fraca pois a conexão de cores no fundo e na frente forma um fluxo contínuo deixando-os ao mesmo tempo em destaque e próximos do fundo.

O valor de informação aponta para o lado esquerdo de PI, Eduardo Campos como sendo algo dado e conhecido de todos. Na direita Paulo Câmara é mostrado como sendo a novidade da campanha eleitoral. No centro e à frente existem os PR rodeados pela população que os segue, no fundo e na margem do santinho. A composição é fechada com a informação textual. A mensagem ideal no alto lembra a todos Eduardo É Paulo. Abaixo a informação real "Pernambuco quer seguir em frente no caminho do crescimento" como desejo de todos liderados pelos políticos, enfatizado pelo foco seletivo que atrai atenção.

Na Metafunção Representacional, o vetor da narrativa é composto pelo olhar em direção ao leitor. São reatores com olhos apontando o vetor para o PI em uma narrativa não-transacional.

A Metafunção Interativa mantém o padrão dos santinhos: o PR olha para o PI e entende-se o contato como demanda. A perspectiva frontal atrai atenção e familiariza, assim como a distância social mostra os personagens em close. Os mecanismos modalizadores do nível de realidade apresentam cores, brilho e iluminação, lembrando o uso do programas de edição de imagens, como o Adobe Photoshop, para criar uma cena agradável através da aproximação cromática entre os planos.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	Representacional narrativa: <u>Não-transacional</u> : Um Ator (com ação, mas sem meta predefinida) Reatores <u>Transacional</u> : Não apresenta  Representacional conceitual: Não apresenta.
Metafunção Interativa	<u>Contato</u> : O PR olha para PI e entende-se o contato como demanda. <u>Distância social</u> : Mostra os personagens em close, atrai atenção e familiariza.

	<p><u>Perspectiva</u>: Frontal atrai atenção e familiariza.</p> <p><u>Modalidade</u>: Cores, brilho e iluminação lembrando o uso do programas de edição para criar uma cena agradável através da aproximação cromática entre os planos.</p>
<p>Metafunção Composicional</p>	<p><u>Valor de informação</u>: Definido pela posição no quadro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado (Eduardo) x Novo (Paulo)</li> <li>• Ideal (Eduardo É Paulo) x Real (Pernambuco quer seguir em frente no caminho do crescimento)</li> <li>• Central (os PR) x Marginal (a população).</li> </ul> <p><u>Saliência</u>: Causada pelo foco que atrai atenção para os homens em primeiro plano.</p> <p><u>Estruturação</u>: Fraca, pois a conexão de cores no fundo e na frente forma um fluxo contínuo, deixando-os ao mesmo tempo em destaque e próximos do fundo.</p>
<p>Marcadores do Discurso Verbal</p>	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Na primeira frase - a argumentação da frase é simples, direta e afirmativa. Na segunda frase - Pernambuco como um personagem na trilha de uma meta, o caminho do crescimento</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Na primeira frase - o verbo Ser é determinante para a compreensão do processo relacional entre os participantes. Aponta também para o verbo demarcando a relação (ser x tornar-se) entre os políticos na qual Eduardo torna-se Paulo e, por sua vez Paulo torna-se Eduardo. Na segunda frase - representa a ação onde um agente trilha em direção a um objetivo.</p> <p><u>Significado das palavras</u>: Aponta para a relação publicitária existente entre as campanhas de 2010 e 2014. Confrontando a Figura 04 com a Figura 06: quando na segunda é repetido o slogan da primeira, percebe-se a intenção publicitária de manter o público familiarizado com estratégias eleitorais. Eduardo é 40 assim como Paulo é 40.</p> <p><u>Criação de palavras</u>: Não apresenta.</p> <p><u>Metáforas</u>: É mantido o uso da metáfora com o numeral 40.</p>
<p>Marcadores do Discurso Visual</p>	<p><u>Saturação de cor</u>: As cores saturadas atraem os olhares de PI.</p> <p><u>Diferenciação de cores</u>: Colorido.</p> <p><u>Modulação da cor</u>: Pouca modulação segundo a escolha de: branco, preto, vermelho e amarelo como as únicas do santinho.</p> <p><u>Contextualização</u>: Eduardo e Paulo aparecem como líderes e guias frente a muitas pessoas no fundo da imagem.</p> <p><u>Representação</u>: Formas figurativas o universo da cena parece familiar aos olhos.</p> <p><u>Profundidade</u>: A sensação de profundidade é causada pelo desfoque do fundo em relação ao primeiro plano.</p> <p><u>Iluminação</u>: Cena bem iluminada.</p>

Brilho: Moderado.
-------------------

### Análise da Figura 07: O novo Pernambuco Avança.



A Figura 07 apresenta todos os mais importantes personagens da campanha do PSB em 2014. Fernando, Paulo, Eduardo e Marina Silva aparecem lado a lado frente a uma bandeira de Pernambuco e a um fundo amarelo. As seguintes frases são vistas: "*O novo Pernambuco avança*" e "*Governador Paulo >> 40*", uma acima e outra abaixo da imagem quadrada.

Como Marcadores Visuais a cena figurativa mostra bem políticos e bandeira. O uso das cores a mensagem se aproxima da realidade. Tudo aparece bem iluminado sem a presença de sombras fortes deixando tudo claro e nítido, toda imagem tem brilho, as cores são saturadas e vivas e a modulação é forte causando destaque através do contraste cromático. A pouca profundidade prende atenção da cena contextualizando o fundo laranja emoldurando a bandeira de Pernambuco e esta, por sua vez emoldurando os políticos. A cor do partido representa o PSB e seus ideais encabeçado pelo símbolo máximo do Estado e por seus políticos protagonistas.

A Metafunção Representacional mostra como nos exemplos anteriores Reatores em ação não-transacional olhando para PI. A Metafunção Interativa estabelece estratégia de aproximação com o PR em ação de contato olhando nos olhos. A distância social é diminuída com o uso de plano fechado e a perspectiva em close frontal capturando a atenção do leitor. A imagem é colorida e bem iluminada, o fundo contextualizado com o primeiro plano onde o fundo emoldura a frente. A Metafunção Composicional mostra o valor de informação para a

imagem em formato quadrado como a proposta ideal da campanha no alto do quadro: O novo Pernambuco avança. Sendo assim relaciona os candidatos como a nova cara da política pernambucana. A parte de baixo revela a realidade da campanha: Paulo para governador, Raul Henry para vice, os candidatos a senado e presidência, além de links da campanha na internet (facebook, twitter e instagram) e a coligação Frente Popular. O formato quadrado possibilita a leitura da composição em centro e margem, sendo no primeiro o destaque conferido às figuras centrais da campanha estadual (Paulo e Eduardo) e na margem seus apoiadores, candidatos a senado e presidência além de todo o texto do quadro. A saliência enfatiza os personagens frente à bandeira. Por sua vez a estruturação mostra desconexão (estruturação forte) com contraste de cor e formas acentuado.

Na frase "O novo Pernambuco avança" os Marcadores da Mensagem Verbal demonstram a influência na construção da realidade social. O sujeito é adjetivado como novo na ação de avançar, não é claro o seu objetivo, mas pode ser relacionado com o futuro do sujeito, dos eleitores e principalmente dos candidatos. O marcador da transitividade mostra a ação do sujeito da oração. Avançar em direção de um objetivo. Como esse é um marcador com função de atentar para os tipos de processos codificados em orações podemos nos perguntar: o Estado avança para qual direção? Do crescimento? Do futuro? Ou às aspirações da classe dominante? A resposta pode apontar para as propostas de campanha dos políticos. Essa relação leva diretamente à manutenção da hegemonia local.

O que faz dessa peça de campanha um objeto ideal de análise é a frase "Governador Paulo >> 40". Ela carrega texto e símbolos mostrando criatividade na hora de reutilizar a chamada principal da campanha. Utiliza como conectivo para argumentação um símbolo ao invés de uma palavra verbal. O sujeito Paulo adjetivado como governador aponta com a seta (>>) para o número do PSB. O símbolo (>>) marca a ação em uma relação de transitividade: as setas representam um vetor indicando um trajeto: para Paulo Câmara Governador é preciso seguir o caminho do 40. O significado das palavras revela o tradicional "É" presente nas campanhas da Frente Popular como as setas, fazendo assim as vezes do verbo na relação de predicação. Essa relação se aprofunda no entendimento metafórico onde o verbo é transfigurado em (>>) amplia a possibilidade de leitura: o governador segue o caminho do 40! São setas indicando uma direção! No final do trajeto existe o PSB! Para o novo Pernambuco avançar a direção é seguir o 40 do PSB.

<b>Quadro de análise:</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Análise</b>
Metafunção representacional	<p>Representacional narrativa:  <u>Não-transacional</u>: Um Ator (com ação, mas sem meta pre-definida)  Reatores  <u>Transacional</u>: Não apresenta</p> <p>Representacional conceitual: Não apresenta.</p>
Metafunção Interativa	<p><u>Contato</u>: Estabelece estratégias de aproximação com o PR em ação de contato olhando nos olhos.</p> <p><u>Distância social</u>: É diminuída com o uso de plano fechado.</p> <p><u>Perspectiva</u>: Em close frontal.</p> <p><u>Modalidade</u>: Colorida e bem iluminada, o fundo contextualizado com o primeiro plano.</p>
Metafunção Composicional	<p><u>Valor de informação</u>: Definido pela posição no quadro:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dado x Novo. Não apresenta.</li> <li>• Ideal (O novo Pernambuco avança) x Real (Paulo governador, Raul Henry vice, os candidatos a senado e presidência, links da campanha e a coligação Frente Popular)</li> <li>• Central (Paulo e Eduardo) x Marginal (candidatos a senado e presidência além de todo o texto do quadro).</li> </ul> <p><u>Saliência</u>: A saliência enfatiza os personagens frente à bandeira.</p> <p><u>Estruturação</u>: Mostra desconexão (estruturação forte) com contraste de cor e formas acentuado.</p>
Marcadores do Discurso Verbal	<p><u>Conectivos e argumentação</u>: Na primeira frase - o sujeito é adjetivado como novo na ação de avançar, não é claro o predicado, mas pode ser relacionado com o futuro do sujeito, dos eleitores e principalmente dos candidatos. Na segunda frase - utiliza como conectivo para argumentação um símbolo ( &gt;&gt; ) ao invés de uma palavra verbal.</p> <p><u>Transitividade e tema</u>: Na primeira frase - mostra a ação do sujeito da oração. Avançar em direção de um objetivo. o Estado avança para qual direção? Do crescimento? Do futuro? Ou as aspirações da classe dominante? Seria a manutenção da hegemonia local. Na segunda frase - o símbolo ( &gt;&gt; ) marca a ação como um vetor indicando o caminho governado Paulo é preciso seguir o caminho do 40.</p> <p><u>Significado das palavras</u>: As setas fazem as vezes do "É", do verbo na relação de predicação com o sujeito.</p> <p><u>Criação de palavras</u>: Na verdade a substituição É x (&gt;&gt;).</p> <p><u>Metáforas</u>: O verbo é transfigurado em (&gt;&gt;) ampliando as possibilidades de leitura.</p>
Marcadores do Discurso Visual	<p><u>Saturação de cor</u>: A cor pode ser intensa e viva ou ainda variar para</p>

	<p>tonalidades pastéis e fracas.</p> <p><u>Diferenciação de cores:</u> Uso das cores aproxima a mensagem da realidade.</p> <p><u>Modulação da cor:</u> Escala que vai de cores totalmente moduladas até a cor lisa que não modula.</p> <p><u>Contextualização:</u> O fundo laranja emoldurando a bandeira de Pernambuco e esta, por sua vez emoldurando os políticos.</p> <p><u>Representação:</u> Cena figurativa mostrando bem políticos e bandeira.</p> <p><u>Profundidade:</u> A pouca profundidade prende atenção da cena na bandeira e nos políticos.</p> <p><u>Iluminação:</u> A cena é bem iluminada sem a presença de sombras fortes deixando tudo claro e nítido.</p> <p><u>Brilho:</u> Toda imagem tem brilho.</p>
--	---

A análise demonstra como a leitura dos santinhos aprofunda o entendimento das relações sociais ali expressas. O material relacionado acima compreende tentativas de uso da ideologia a favor da causa política. A presença de marcadores verbais mostrou-se rica, a exemplo da Figura 03 e onde o verbo demarca uma analogia e uma metáfora: ser, tornar-se, é, Paulo é 40!. Os marcadores discursivos são aspectos de análise de texto cuja função é demonstrar como o discurso influencia na construção da realidade social, sendo assim a marcação da metáfora revela uma realidade onde um ser se transfigura em outro. São recursos verbais aplicados na manipulação ideológica, na construção de realidade fantástica. Para a manutenção da hegemonia local esse recurso é largamente utilizado nas peças de campanha do PDB.

A mesma estratégia aparece na Figura 06, entretanto pode ser visto nesse objeto de análise muito mais do que a gramática. O *modus operandi* da ideologia, a Dissimulação, aponta para o metafórico como forma de sustentar relações de dominação ao representar os políticos de maneira a desviar a atenção do leitor do santinho. Além de um tornar-se o outro, também acontece o deslocamento de características positivas entre eles. O discurso verbal, "Eduardo é Paulo", aparece no alto da figura como um brado retumbando os espíritos do passado. Assim, tomando como base o princípio do Deslocamento, Paulo Câmara ali está equiparado a Luís Bonaparte e Eduardo Campos a Napoleão Bonaparte. Segundo a tradição marxista isso seria estratégia de ideologia, onde os espírito estariam a mascarar as relações de poder do presente com símbolos do passado, onde um político é o outro!

A relação do discurso verbal "Eduardo é Paulo", alcança através da metáfora do "É", vários objetos de análise. Figura 03, Figura 04, Figura 05 e Figura 06 devem ser entendidas

como portadoras de um discurso simbólico e ideológico. O *símbolo do "É"* sobre um círculo, com as cores vermelho e laranja, do PSB. A prevalência dessa concepção simbólica influi na forma como acontecem mudanças sociais. Atuando na manutenção da hegemonia da classe política local.

Um símbolo muito forte e comumente utilizado no período eleitoral é a bandeira do Estado de Pernambuco, presente na Figura 05 e na Figura 04. Segundo a concepção latente de ideologia os fenômenos sociais também são construções simbólicas. No presente caso a Bandeira representa a ideologia como construção simbólica. Dessa forma o símbolo máximo do Estado teria certo grau de autonomia e eficácia ideológica por ser carregado de tradições que mobilizam as pessoas e deve ser tratado com respeito. Qualquer personagem à frente dela deve se apresentar com respeito e ser tratado da mesma maneira.

Talvez por toda a aura de grandeza e respeito envolvendo a Bandeira ela tenha aparecido tão pouco entre os objetos de análise. Todavia seu poder ideológico de sedução é marcante nas imagens onde aparece ondulante, em cores saturadas e atraentes.

Segundo concepção latente de ideologia, ou os espíritos do passado, as mudanças sociais podem ser impedidas pela prevalência ou difusão das concepções simbólicas. No caso do campo da política e do nacionalismo as bandeiras são símbolos indispensáveis, assim como o discurso.

Durante a análise foi percebida a presença de outros modos de operação da ideologia. Entendemos ser importante mesmo brevemente citá-los. A Eufemização (a repetição para valorar aspectos positivo), foi percebida na repetição do *símbolo do "É"*. Por sua vez o Trope (o uso figurativo das formas de linguagem da metonímia e da metáfora) também aparece no símbolo como a relação do verbo ser, tronar-se, é. Existem estratégias presentes em cada um desses modos de operação assim como ocorre com a Dissimulação. Para os interessados é recomendado a leitura de Thopson (1995) *Ideologia e Cultura moderna* teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa.

As figuras analisadas mostraram um acervo rico em uso político da ideologia retornaremos na conclusão a temática da hegemonia apresentando as respostas para os questionamentos levantados no princípio da dissertação.

## 5.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Esta pesquisa traz para a comunidade acadêmica uma análise crítica do discurso do texto visual aliado ao texto verbal e constitui para nós um trabalho envolvente e estimulante. Dentro da dinâmica multimodal da comunicação no período eleitoral, foi percebido o estabelecimento de uma dinâmica social. Envolvendo a imagem de campanha, apresentada no objeto de pesquisa, e seu participante interator, o eleitor pernambucano, em uma prática discursiva onde a ideologia e suas ferramentas de interação social auxiliam na manutenção do poder no Estado. A imagem do candidato vencedor aparece nesta dissertação como objeto dotado de credibilidade, apresentado como sinônimo de confiança na estruturação da mensagem imagética e verbal transmitida à população.

Relacionando imagem e ideologia, a visão dos espíritos do passado, idealizada por Marx e Engels e ampliada por Thompson (1995) na forma da concepção latente, nos faz lembrar a ideologia como uma maneira de impulsionar as pessoas através do uso de símbolos, signos, slogans e tradições. Dessa maneira foi mostrado o uso do retrato fotográfico compondo o objeto de estudo. Presente nos santinhos políticos da campanha de 2014 e contendo a imagem de Paulo Câmara, então candidato agora Governador do Estado, a figura do político na corrida eleitoral é impregnada de ideologia, inevitavelmente "carregando" uma bandeira ou um símbolo.

Para alcançar as metas secundárias estabelecidas na Introdução foi preciso investigar se existiu alternância no Governo do Estado entre direita e esquerda nos últimos 30 anos. O conceito da inexistência da díade política apresentado por Bobbio (1995) é confirmado na análise do *Quadro 01 - Comparação entre candidatos e coligações nas eleições para o Governo do Estado de Pernambuco 1986 - 2014*. Como foi demonstrada na avaliação do quadro partidos como: PMDB, PV, DEM, PT e PSB alternam alianças com ambos os lados da díade, mas essa alternância não se deu ao sabor do vento.

A articulação das coligações certamente obedece a critérios sociopolíticos específicos de cada período eleitoral, contudo o alinhamento a uma das principais congregações de partidos do Estado, a lembrar: Frente Popular de Pernambuco, Pernambuco Pode Mais, União por Pernambuco, Frente de Esquerda de Pernambuco e Pernambuco vai Mais Longe, não muda o objetivo dos partidos em colocar no poder uma figura capaz de centralizar os interesses da classe dominante através da ideologia e da manutenção das relações sociais.

É importante lembrar que para Semiótica social, em Kress e Van Leeuwen (2006), a concepção de verdade é uma construção e classificação de valores entre grupos. Como se não

bastasse o homem classificar sua construção de realidade como verdadeira, aponta como mentirosa a de terceiros. Estaria aí o cerne do conflito, do embate entre opostos. Um movimento o qual envolve as pessoas em um ritmo cadenciado de alternância social. Isso funciona muito bem em uma democracia onde a alternância no poder está no centro da configuração da sociedade.

O processo democrático se desenvolve em nosso País dentro de um movimento de liberdade, logo o modelo democrático libertário das eleições diretas não deixa espaço para a repressão às inclinações políticas. Neste sentido o processo de dominação torna-se mais sutil, caracterizando os fundamentos da hegemonia. Como mostraram Gramsci (1966), Althusser (1983) e Santos (1987), os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE), funcionam pela ideologia mantendo dominação em várias esferas sociais, como: política, economia e cultura.

Sobre a atuação dos AIE, Freitag (1980) citou o aparelho escolar exemplificando a maneira sutil de agir, cuja força pode levar os indivíduos a aceitarem sua condição de explorados. Para nosso estudo entendemos a escola difundindo no cidadão o dever democrático de exercer o voto, além disso incentivando a visualização da figura do candidato como um guia para a constante melhora de nossa sociedade. Por sua vez, o AIE da Justiça Eleitoral age de maneira coerciva penalizando com multas a ausência à festa da democracia no dia da eleição. Portanto, são duas as maneiras de dominação: pela sutileza e pela coerção. As imagens de campanha cativam de maneira hábil e airosa.

A aproximação do dia do pleito, em outubro de 2014, permitiu dar continuidade a investigação dos objetivos secundários. Com a divulgação do material de campanha foi possível averiguar quais figuras políticas e históricas foram utilizadas para apoiar a ampliação da imagem do candidato.

No princípio da elaboração do projeto de pesquisa, entendíamos o deslocamento como a possibilidade de um personagem histórico do passado emprestar características a um novo personagem. Reunindo os objetos de análise foi percebido a figura do candidato recebendo e emprestando carisma independente da importância histórica. Daí se faz fundamental lembrar Thompson (1995, p.83) a explicar o deslocamento quando um "objeto ou pessoa é usado para se referir a um outro". Portanto, com o desenvolvimento da dissertação, entendemos que todos podem vir a utilizar o conceito do deslocamento em sua vida social.

No material de campanha, Câmara aparece recebendo conotações positivas de Eduardo Campos na *Figura 06: Eduardo é Paulo*. Já na *Figura 05: Selo redondo Fernando é 400*, Paulo aparece junto a Eduardo referendando o candidato Fernando Bezerra. Este, por sua vez,

está na *Figura 07: O novo Pernambuco Avança*, ao lado de Eduardo e Marina Silva, emprestando seu carisma a Paulo. Logo para a estratégia vencedora da campanha de Câmara todos os políticos mostrados no corpus deslocam suas características positivas uns aos outros.

Analisando as práticas discursivas (verbais e não verbais), entendemos a divulgação do retrato do candidato, o santinho, como instrumento para a manutenção da ideologia. Para esta dissertação é necessário entender as relações de dominação como estabelecidas e sustentadas pelo obscurecimento, mascaramento ou sobreposição de relações e processos sociais. É o modo de operação ideológico da dissimulação. Através desse conceito, o retrato e o texto presentes em peças de divulgação de campanha (banners, cartazes, folhetos, panfletos e selos, etc.) são entendidos como instrumentos na causa da manutenção da realidade social do *status quo*.

As práticas discursivas verbais presentes no santinho explicam essa relação de dominação e mascaramento. Isso foi mostrado durante a análise em Resultados e Discussões. No texto da *Figura 07*, um dos lemas de campanha da Frente Popular de Pernambuco, "*O novo Pernambuco avança*", mostramos como os marcadores da mensagem verbal demonstram a influência na construção da realidade social. O sujeito é adjetivado como novo na ação de avançar, os marcadores mostram a ação do sujeito em direção de um objetivo não explicitado. Poderia ser o crescimento, o futuro, ou ainda as aspirações tanto do eleitor quanto da classe dominante. Wodak (2014) lembra que manutenção da hegemonia local está diretamente ligada a relações de dominação legitimadas pela ideologia dos grupos detentores do poder.

Por sua vez, as práticas discursivas não verbais apontaram para o material de campanha construído com objetivo de cativar. São imagens compostas pelo retrato agradável e amigável dos candidatos. Os personagens aparecem bem vestidos e maquiados. A luz suave, sem sobras, valoriza o reconhecimento dos homens e mulheres ali representados de maneira familiar. Estes são ladeados por símbolos locais com a Bandeira estadual e as cores do partido PSB, aliados à figura histórica de Eduardo Campos. É visível a intenção de desviar a atenção do eleitor da realidade política pernambucana atual: uma elite objetiva se manter no poder por mais quatro anos levando adiante seus planos sociais, políticos e econômicos.

Gostaríamos de frisar que a intenção desta produção acadêmica não é desmerecer o trabalho e a memória da classe política e de suas famílias, e sim atentar para as formas bem sucedidas de convencer o eleitor. Das peças colhidas na rua e apresentadas no corpus todas contêm as cores do PSB, quase metade carrega a bandeira pernambucana e 3/4 delas contêm a expressiva figura de Eduardo Campos.

O estudo e a compreensão da Gramática do Design Visual (GDV) se mostrou primordial para a pesquisa. Com as metafunções da GDV, a lembrar: representacional, interativa e composicional, mostramos a maneira pela qual é idealizada e construída a peça de campanha. Aliando as metafunções aos marcadores discursivos visuais da GDV, e os verbais da ACD, tem-se uma série de categorias de uso mais profundo que simplesmente a análise de imagens.

Acreditamos que nem todos os participantes do processo de desenvolvimento das peças de campanha tenham consciência das possibilidades de ação das metafunções e marcadores. O estudo de Análise Crítica ainda pode ser mais disseminado no Brasil, por isso é possível a construção de um manual de criação e produção imagético para profissionais da área da comunicação e da linguística. O primeiro passo é a apresentação desta dissertação à sociedade revelando como o entendimento da ideologia aliado a ferramentas de comunicação permite "iluminar" o caminho da sociedade civil para trabalhar o voto de maneira um pouco mais consciente e crítica.

Na busca por investigar os recursos verbais e não verbais da campanha ao Governo do Estado, como uma estratégia de manipulação ideológica destinada à manutenção da hegemonia, visualizamos ter respondido a pergunta-chave desse trabalho. As práticas discursivas dentro do período eleitoral de 2014 foram vencedoras para a situação, o PSB, por gerarem material de campanha pensado e distribuído com a finalidade de apresentar a proposta para o futuro, o período de quatro anos de mandato do próximo governador, o "Novo Pernambuco Avançando" ligado ao passado, à trajetória política carismática da família Arraes e Campos.

O ex-governador Eduardo, vitimado em uma tragédia aérea, teve sua imagem ampliada em força e carisma. Isso ajudou muito seus correligionários, contudo é um acréscimo na tática vencedora das práticas discursivas. Considerar somente a tragédia como mola propulsora da vitória do PSB significaria ignorar todo um trabalho de produção, distribuição e consumo textual.

Desenhamos na hipótese da dissertação o discurso eleitoral de sucessão ou reeleição fundamentado em imagens de progresso ou de transformação social. Analisando o discurso textual de slogans em santinhos mostramos que a campanha não expressam claramente as intenções de se manter a hegemonia do grupo político do candidato. As alianças históricas entre a esquerda e a direita no Estado podem ser consideradas encobertas simplesmente por não serem lembradas nas peças de divulgação.

Nos últimos 30 anos a mesma elite se manteve à frente de Pernambuco. Ora alinhada a grupos políticos de direita ora de esquerda, mas sempre agindo no interesse de manter seu

projeto de dominação. Este é levado a frente por práticas discursivas com energia para manter ideologicamente a hegemonia local de um Pernambuco forte, promissor e moderno, um verdadeiro Leão do Norte. Esse processo dominador é extremamente poderoso e dura mais tempo que um mandato político. Prende a todos em uma roda viva desde os primeiros ensinamentos em casa e na escola até a vida social no trabalho ou em espaços públicos. É difícil apontar uma mudança para essa realidade, arriscamos no máximo a indicar um caminho. Estudando ACD percebe-se a importância de atentar para as estratégias de dominação, elas causam uma falsa sensação de liberdade quando na verdade sufocam. Diante dessa realidade, visualizamos alcançar um sopro de liberdade através do exercício do pensamento crítico.

## REFERÊNCIAS:

ALMEIDA, D.B.L; FERNANDES, J.D.C. Uma gramática visual no cartazes de guerra. In: ALMEIDA, D.B.L. (Org.) *Perspectiva em Análise Visual: do jornalismo ao Blog*. João Pessoa: Ed. Universitária – UFPB, 2008, p.11-31.

ALMEIDA, D. B. de. Do texto às imagens: as novas fronteiras do letramento visual. In: PEREIRA, R. C.; ROCHA, P. *Linguística aplicada: um caminho com diferentes acessos*. São Paulo: Contexto, 2011.

ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e os Aparelhos Ideológicos de Estado: notas sobre os aparelhos ideológicos de estado (AIE)*, tradução de Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro: introdução crítica de José Augusto Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro. Edições Graal, 1985, 2ªed

AMAR, Pierre-Jean. *História da fotografia*. Lisboa: Edições 70, 2010.

BARRETT, Michele. Ideologia, política e hegemonia. In: *Um mapa da ideologia / Theodor W. Adorno ...* [et. al.]; organização Slavoj Zizek; tradução Vera Ribeiro. - Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BOBBIO, Norberto. 1909 - *Direita e esquerda: razões e significados de uma distinção política*. Tradução Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Editora de Universidade Estadual Paulista. 1995.

BRANDÃO, Helena H. N. *Introdução à análise do discurso*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1996.

DESCARDECI, M.A. *Ler o mundo: um olhar através da semiótica sócia*. Educação temática digital, Campinas, v.3, n.2, p. 19-26, jun. 2002.

DIJK, Teun A. van. *El análisis crítico del discurso*. In Anthropos (Barcelona), 1999.

DIONÍSIO, Ângela Paiva. Gêneros textuais e multimodalidade. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (Orgs.). *Gêneros Textuais: reflexões e ensino*. 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2001. p.137 – 152.

D'AVILA. José Luiz Piôto. *A crítica da escola capitalista em debate*. Petrópolis. Ed.Vozes.1985.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*, Izabel Magalhães, coordenadora da tradução, revisão técnica e prefácio. - Brasília: Editora Universidade de Brasília. 2001.

FOUCAULT, Michel, *A arqueologia do saber*/Michel Foucault; tradução de Luiz Felipe Baeta Neves, -7ed. - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008. Ano copyright: 1969.

FREITAG, Bárbara. *Escola, estado e sociedade*. 4. ed. São Paulo: Moraes, 1980. 142p.

- FREUND, Gisele. *Fotografia e sociedade*. 1. Lisboa: Vega, 1989.
- GIDDENS, Anthony. *Para além da Esquerda e da Direita*. São Paulo: UNESP, 1996.
- GRAMSCI, Antonio. *Cartas do Cárcere*. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1966.
- HALLIDAY, M. A. K. *An introduction to functional grammar*. 2ª ed. London: Edward Arnold, 1994.
- MARX, Karl. *O 18 de brumário de Luís Bonaparte* / Karl Marx ; [tradução e notas Nélío Schneider ; prólogo Herbert Marcuse]. - São Paulo: Boitempo, 2011.
- KRESS Günter; LEEUWEN, Theo Von. *Reading images: the grammar of visual design*. – 2nd ed. Routledge, New York, 2006.
- PÊCHEUX, Michel. *Por uma análise automática do discurso*. Trad. de Bethânia S. Mariani [et el.] Campinas : Editora da UNICAMP, 1990.
- ORLANDI, Eni P. *Análise de Discurso, Princípios e Procedimentos*. São Paulo: Pontes, 2001.
- PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. A reforma do estado dos anos 90: lógica e mecanismos de controle. In: *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*. nº.45, São Paulo, 1998.
- RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. Contexto, 2006.
- SANTOS, João de Almeida. *O principio da hegemonia em Gramsci*. 1. ed. Lisboa: Vega, 1987
- SANTOS, Záira Bomfante; MEIA, Ana Clara Gonçalves Alves. *A produção de textos multimodais: a articulação dos modos semióticos*. Revista Virtual de Letras p.304 - 318, Volume 2, 2010.
- SOUGEZ, Marrie-Loup. *História da fotografia*. Lisboa: Cátedra: 1996.
- THOMPSON, Jhon B. *Ideologia e Cultura moderna teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Editora Vozes, 1995
- TRACY, Destut de. *Éléments D'Idéologie*. Paris, Courcier: 1801.
- VIEIRA, Joseina Antunes. Org: BENTO, André Lúcio. Org: ORMUNDO, Joana da Silva. Org. *Discurso nas Prática sociais*. / Organização de Joseina Antunes Vieira, André Lúcio Bento, Joana da Silva Ormundo - São Paulo: Annablume, 2010.
- WODAK, Ruth. Do que trata a ACD - um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. In: *Linguagem em (Dis)curso* - LemD, Tubarão, v. 4, n.esp, p. 223-243, 2004

PE.GOV. Pernambuco Governo do Estado, Governador. Disponível em:  
<<http://www.pe.gov.br/governo/governador/>> Acesso em: 02 jun. 2015.

Eleições2014. Paulo Câmara. Disponível em: < <http://www.eleicoes2014.com.br/paulo-camara/>> Acesso em: 24 dez. 2014.

G1. Paulo Câmara, do PSB, é eleito governador de Pernambuco. Portal G1, Recife, 05 out. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pernambuco/eleicoes/2014/noticia/2014/10/paulo-camara-do-psb-e-eleito-governador-de-pernambuco.html>> Acesso em: 23 dez. 2014.

Tribunal Superior Eleitoral - TSE. *Eleições no Brasil: uma história de 500 anos*. – Brasília: Tribunal Superior Eleitoral, 2013. Justiça Eleitoral, Brasília, 2013. 91 p. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-livro-eleicoes-no-brasil-uma-historia-de-500-anos>> Acesso em: 08 jan. 2014.

Paulocamara40 Disponível em: <<http://www.paulocamara40.com/>> Acesso em: 23 dez. 2014.