

### Um rápido olhar para as origens da ADC

De forma geral, todas as vertentes da ADC têm por base a Gramática sistêmico-funcional de Halliday (1985), conseqüentemente, originam-se da Linguística textual, pois Halliday participou dela e contribuiu, juntamente com Hassan, para um excelente tratamento da coesão textual.

### A Linguística Textual

O descontentamento dos linguistas propiciou que na segunda metade do século XX, houvesse uma mudança no paradigma linguístico. A atenção voltada para o sistema da língua fora de uso é substituída pela atenção voltada ao uso efetivo da língua. Para tanto, foi necessário abandonar a unidisciplinaridade dos estudos linguísticos para desenvolvê-los com inter, multi e transdisciplinaridade. O objeto de estudo também mudou, não mais a exclusividade do sistema, pois a prioridade, agora, é o estudo do texto e do discurso, por serem eles que ocorrem no uso efetivo da língua.

A Linguística Textual consolida-se na segunda metade do século XX, tendo por ponto de partida que seu objeto de estudo é o texto e que este não se reduz a uma seqüência indefinida de frases. Os linguistas textuais têm por tarefa: 1. tratar da noção de completude do texto, ou seja, o que é um texto completo e porque ele se diferencia de um texto interrompido; 2. apresentar e definir as noções de coerência e coesão; e 3. construir uma tipologia de textos.

Para que essas tarefas pudessem ser cumpridas, foi necessário recorrer às ciências cognitivas. Dessa forma, diferenciaram texto-produto, com enunciação oral ou escrita, de texto-processo, ou seja, texto de natureza memorial, construído com formas de representações mentais dos referentes textuais. O texto-produto foi tratado por teorias da enunciação e da argumentação. O texto-processo, pelo processamento da informação com teorias das memórias humanas.

Beaugrande e Dressler (1981) apresentam os fatores de textualidade: dois internos (a coesão e a coerência), e os outros externos (informatividade, intertextualidade, intencionalidade, aceitabilidade e situacionalidade). No que se refere aos fatores internos, a coesão é vista como a sintaxe textual. Já a coerência, como a produção dos sentidos, até se construir o sentido mais global do texto processado.

Halliday e Hassan (1985) apresentam uma teoria da coesão textual, diferenciando na seqüenciação das palavras de um texto a forma pela qual elas se relacionam entre si tanto

por formas remissivas lexicais quanto por formas remissivas gramaticais. Só assim foi possível tratar da referenciação e dos fatores de textualidade, para se saber o que faz com que uma sequência de frases seja um texto ou pseudo-texto.

### **Halliday e a Gramática sistêmico funcional**

Halliday (1985), dando prosseguimento aos seus estudos textuais, verifica que as formas remissivas lexicais e gramaticais adquirem nos textos determinadas funções que não são sistêmicas. Sendo assim, entendeu que a língua em uso é guiada por outras regras sociais que não são as da Gramática do sistema da língua, mas estão relacionadas tanto às ideias quanto às relações textuais e interpessoais. Com essas bases, desenvolve e publica sua Gramática sistêmico-funcional. Nesse sentido, ao se referir ao fator da informatividade, relacionando-o aos demais fatores de textualidade, diferencia o “dado”, o conhecido pelos interlocutores, do “novo”, o não conhecido que é informado pelo texto.

Em síntese, Halliday propõe que uma língua se define por um sistema, um conjunto de unidades de dimensões diferentes, com suas próprias regras gramaticais, regras combinatórias. Por exemplo, no caso da língua portuguesa, esta tem um único sistema que é válido para todos os países lusófonos. Porém, em cada um desses países o uso da língua varia, por isso o português brasileiro difere do português europeu. Os usos variam porque, no uso efetivo da língua, as unidades sistêmicas adquirem funções diferentes que podem ser agrupadas em três metafunções: a ideacional, a textual e a interpessoal. As funções adquiridas são guiadas pela cultura e pela ideologia e suas relações com o poder e a dominação imposta por ele, além das intenções do produtor em suas interações comunicativas.

### **A Análise do Discurso Crítica**

A ADC está voltada para a linguística crítica e está situada com as Ciências Sociais nas relações de poder e dominação expressas no uso efetivo da língua em textos produzidos conforme a prática discursiva. Nesse sentido, toma como ponto de partida a gramática sistêmico-funcional de Halliday e busca analisar as funções sociais das unidades sistêmicas que ocorrem no uso da língua, em textos.

Postula-se, para tanto, uma dialética entre o social e o individual: o social guia o individual e este modifica o social. Segundo Fairclough (2001, 2003), a ADC objetiva, por meio da investigação das práticas discursivas e da análise textual, verificar as representações que permeiam um dado evento e as estruturas que sustentam as práticas que lhes são subsidiárias. O discurso é um momento irredutível da vida social, em constante articulação dialética com outros momentos de práticas sociais: ação/interação, relações sociais, mundo material e pessoas, com crenças, valores, atitudes, histórias.

Dessa forma, o sujeito é visto como um elemento dinâmico que, percorrendo as consciências humanas e as interações entre as pessoas, age conjuntamente com outros elementos das práticas sociais discursivas tanto de forma positiva quanto negativa. Investigar tais práticas é um esforço para se compreender os fenômenos sociais.

A ADC utiliza o conceito de discurso como uma das práticas sociais que propiciam investigar contextos específicos, a partir da linguagem (sons, letras, imagens, cores etc). Porém, o discurso também é visto como uma força dinâmica, um elemento mais abstrato da prática social que influencia a sociedade e é por ela influenciado na construção de valores culturais e ideológicos que estão presentes nas formas de representação, tanto do que o texto traz pelo verbal ou multimodal quanto pelas formas de representação mentais, vistas como formas de conhecimento social e individual. Assim, a ADC é tanto uma teoria discursiva para análise linguística dos textos quanto uma teoria social para a análise dos fenômenos sociais, das práticas e costumes em comunidade; nesse sentido, busca tecer uma crítica social.

Sendo assim, com uma visão crítica, os analistas do discurso estão atentos a questões relativas à injustiça, preconceito, perigo, sofrimento, como também os contextos em que essas distorções emergem, com vistas à mudança social. O texto é o ponto de partida para as análises que visam, de forma ética, denunciar os abusos do poder e sua dominação social. Os textos analisados são verbais e multimodais (verbal, imagens e cores). Dependendo do tipo de texto analisado e de como essas análises se relacionam com as Ciências Sociais e com as Ciências Cognitivas, ocorrem as vertentes da ADC. Elas são: a social, a semiótica social e a sociocognitiva.

A vertente social está ligada à Escola Inglesa, cujos principais representantes são Fairclough e Thompson, que estão relacionados às Ciências Sociais. Esses autores propõem uma dialética entre sociedade e discurso. Toda mudança social produz uma mudança no discurso e este, por sua vez, produz uma mudança social. Os textos analisados são verbais e as análises são alimentadas pela intertextualidade e atos de fala com a sustentação da ideologia do poder e suas estratégias de dominação social.

A vertente semiótica social tem as mesmas bases da vertente social, mas trata de textos multimodais. Seus principais representantes são Kress e van Leeuwen. Esses autores também postulam que toda mudança na sociedade produz mudança no discurso e vice-versa. Dessa forma, com as altas tecnologias da pós-modernidade, ocorre uma mudança no discurso. Antes havia o privilégio dos textos verbais; atualmente, os multimodais têm maior circulação.

Kress e van Leeuwen (1996) entendem que a maioria das pessoas não sabe ler esses textos que são compostos pelo verbal, imagens e cores. Anteriormente, quando

imagens e cores ocorriam com o verbal, elas o reproduziam. Atualmente, as imagens e cores carregam sentidos para o verbal, modificando-o. Por essa razão, os autores se propuseram a fazer uma gramática do visual.

A vertente sociocognitiva está relacionada às Ciências Sociais e às Ciências Cognitivas, pois postula que todas as formas de conhecimento, sejam individuais sejam sociais, são construídas no e pelo discurso que é guiado pelo social, mas também este é modificado pelo individual. Em síntese, todas as vertentes estão voltadas para uma visão crítica das questões e problemas sociais.

### **A vertente sociocognitiva**

Esta vertente postula uma inter-relação de Sociedade, Cognição e Discurso, e, embora vincule-se às Ciências Sociais, privilegia as Ciências Cognitivas para o eixo transdisciplinar de suas pesquisas. Seus textos de análise são verbais. van Dijk (1997) postula uma inter-relação entre as categorias analíticas Sociedade, Cognição e Discurso. O autor afirma que a inter-relação é tão profunda que uma se define pela outra.

A categoria Sociedade pode ser definida como um conjunto de grupos sociais que se definem como a reunião de pessoas que têm o mesmo ponto de vista para focalizar o que ocorre no mundo e, portanto, as mesmas cognições sociais. A categoria Cognição reúne as pessoas em grupos sociais a partir das formas de conhecimento produzidas pelo ponto de vista, selecionado por elas. Cada ponto de vista é guiado por objetivos, interesses e propósitos de cada grupo e, logo, o que ocorre no mundo é representado de formas diferentes enquanto conhecimentos de cada grupo. Por essa razão, os grupos sociais estão em constante conflito. Todavia, há conhecimentos extragrupoais que são construídos nos e pelos discursos públicos institucionais, tais como os da família, da escola, do Estado e da Empresa.

As formas de conhecimentos são construídas pela memória e também nela armazenadas. van Dijk (1983), enquanto linguista textual, preocupou-se com o leitor e como ele processa as informações lidas, dando atenção principalmente à coerência. Durante toda a produção de suas pesquisas, usa o modelo de memórias por armazéns, de Atkinson. Este modelo compreende as memórias de curto, médio e longo prazo.

A memória de curto prazo é sensorial e dá entrada à informação que será processada pela memória de trabalho. Esta transforma as palavras entradas e sequenciadas em unidades de sentido, as proposições, tanto por expansão quanto por redução da informação. Por expansão, uma palavra pode produzir um N-tuplo de proposições, ou seja, unidades de sentido secundário, dependendo da maturidade do processador. Por redução, um conjunto de proposições é transformado em uma macroproposição, em sentidos mais globais.

Estes são levados para a memória de médio prazo que pode armazená-los por horas, dias ou meses, até que todas as macroposições se transformem na coerência do texto, ou seja, no sentido textual mais global que será armazenado na memória de longo prazo, quer social quer individual. A memória de longo prazo individual armazena formas de conhecimento construídos a partir de experiências individuais; a memória de longo prazo social armazena formas de conhecimento construídas em sociedade, a partir do vivido e experienciado socialmente. Os conhecimentos sociais são tanto grupais quanto extragrupais. Os conhecimentos sociais intragrupais constroem, para seus grupos, o marco das cognições grupais; e, quando extragrupal, o marco das cognições sociais, válido para todos os grupos.

A ideologia e a cultura participam dos marcos de cognição social e variam dependendo de serem grupais ou extragrupais. Entende-se a cultura como um conjunto de valores transmitidos de pai para filho e construídos como hábitos sociais, a partir do vivido e do experienciado historicamente, em sociedade; a ideologia nasce da cultura, mas é modificada e imposta pelo poder, objetivando a discriminação de pessoas e interesses do poder.

O processamento das informações é realizado na memória de trabalho, de curto prazo. Para transformar as palavras entradas em sentidos, são ativados os conhecimentos armazenados na memória de longo prazo, de forma a explicitar implícitos e implicaturas, propiciando a construção das proposições, unidades de sentido, que serão transformadas em macroproposições, a partir da ativação de um modelo de contexto. As proposições e macroproposições vão sendo armazenadas em médio prazo até se construir a coerência do texto. A partir daí, serão armazenadas na memória de longo prazo.

Como a ideologia do poder tem estratégias de dominação social, a vertente sociocognitiva tem a tarefa ética de denunciar o domínio das mentes, pelas práticas discursivas.

### **A título de exemplificação, uma análise com enfoque crítico por diferentes olhares**

A exemplificação apresentada situa-se na intersecção das vertentes social, semiótica social e sociocognitiva, objetivando situar essa última em relação às anteriores. O texto exemplificado trata dos valores culturais e ideológicos contidos na representação do feminino, em anúncios publicitários brasileiros, publicados em revistas. Tem-se por ponto de partida que as raízes históricas da sociedade brasileira são machistas, de forma a discriminar o feminino, atribuindo-lhe valores negativos e positivos, tendo por parâmetro a submissão da mulher ao homem. Nesse sentido, a pesquisa realizada busca verificar se houve mudanças em relação à representação do feminino, na sociedade brasileira atual.

Este texto examina, na composição textual do verbal com o visual (imagens e cores), as formas de disseminação da ideologia, instauradas pelo poder. Para as análises, foram consideradas as questões propostas por Kress e van Leeuwen, ou seja, mostrar “o que é” que está contido nas imagens situadas espacialmente no texto, buscando responder as perguntas: **1.** como as pessoas são representadas? **2.** como as pessoas representadas relacionam-se ao observador? **3.** como o verbal equivale, complementa ou contradiz o que é captado pelos sentidos, articulando as imagens, as cores e o verbal? Em outros termos, objetiva-se, com uma visão analítica crítica, a descrição dos recursos semióticos e o exame da forma desses recursos que manifestam, textualmente, as interpretações da experiência e os modos de interação social.

No que se referem à multimodalidade, de forma geral, os semioticistas sociais críticos têm por ponto de partida para a análise da composição do texto: linha horizontal, vertical, centralização, moldura entre outras. Para tanto, recorrem às noções de “dado/novo” e de “transitividade” da gramática sistêmico-funcional de Halliday (1985). Esta postula que as unidades do sistema da língua adquirem outras funções quando manifestadas nos textos. Dessa forma, os analistas críticos preocupam-se com o potencial ideológico do sistema de categorização das representações implícitas em determinados vocábulos, ou seja, com as maneiras particulares de “lexicalizar” a experiência e o modo pelo qual as estruturas gramaticais linguísticas organizam esses vocábulos em estruturas frasais.

Fairclough (2001) propõe que é necessário considerar, para as análises críticas, a intertextualidade. Não há enunciados ou “textos” que não se remetam a outros, sendo, portanto, um texto constituído por elementos de outros textos. Dessa forma, a intertextualidade pode ser vista como a presença de outras vozes no texto, citadas de forma direta, quando as mesmas palavras do texto anterior são expressas; ou indireta, quando ocorre paráfrase ou resumo das palavras do texto anterior. Segundo Bessa (2007), uma atitude produtiva do analista é observar que textos e vozes estão presentes ou ausentes de um determinado texto e o que essa presença ou ausência tem de significativa.

No que se refere ao visual, os semioticistas sociais contribuem para o entendimento dos modos semióticos, nos atuais textos multimodais. Segundo Kress e van Leeuwen (2001) os modos semióticos inter-relacionam-se por três sistemas de significação: o valor funcional, a saliência e a moldura. Estar atento a esses modos propicia conferir os diferentes valores e os distintos eventos contidos na sintaxe textual, pela relação entre o verbal e o visual, para a representação de pessoas e de coisas do mundo.

A Semiótica Social, embora apresente diferenças para seus pesquisadores, segundo os autores, deve satisfazer a três

requisitos para ter uma visão crítica, a saber: **1.** representar e comunicar aspectos relevantes das relações sociais que intervêm na comunicação; **2.** representar e comunicar os feitos, estados de coisas e de percepções que o produtor quer comunicar; e **3.** tornar possível a produção de mensagens que tenham coerência interna no texto e, externamente, com aspectos relevantes do entorno semiótico, o “contexto”.

van Dijk (2012) apresenta uma teoria dos contextos, propondo que estes são formas de conhecimentos decorrentes de formas de representação do uso da linguagem, do discurso, da sociedade e do momento histórico. Essas representações são armazenadas na memória de longo prazo das pessoas, tanto na memória social quanto na individual e são ativadas para a memória de trabalho durante o processamento da informação. Dessa forma, o autor busca explicar porque nenhum texto tem a mesma leitura por leitores diferentes e mesmo por um único leitor, embora haja certo consenso de leitura.

Tem-se por ponto de partida que sexo e gênero são noções complexas, que, durante muito tempo, foram consideradas sinônimas. A partir de 1964, ocorre uma diferença entre essas duas noções: sexo é uma noção ligada à Biologia, definida por genes e hormônios; ao passo que o gênero está relacionado à Sociologia e à Psicologia Social, sendo construído socialmente. Em outros termos, sexo é relativo a homem e mulher e gênero, a masculino e feminino que são representações sociais, construídas no e pelo discurso. Justifica-se tratar do feminino, pois é necessário analisá-lo de forma crítica, para verificar os valores positivos e negativos contidos nas ocorrências textuais, já que elas propiciam a manifestação de crenças sociais preconceituosas, relativas à questão social do feminino.

Entende-se que a construção social do feminino é realizada tanto por discursos públicos quanto eventos discursivos particulares; estes são guiados por aqueles, mas, também, os modificam. Tal construção é perpassada pela cultura e pela ideologia, sendo esta última pelos valores sociocognitivos discriminatórios que atendem aos próprios interesses do poder.

O material analisado são anúncios publicitários brasileiros multimodais impressos da Duloren e que estão disponíveis no respectivo site. A análise realizada é qualitativa e objetiva examinar a construção textual opinativa pelas relações contextuais entre imagens, cores e expressões verbais, assim como os contextos de sua produção discursiva, para a representação do feminino de forma preconceituosa, a partir do explícito e do implícito, no texto.

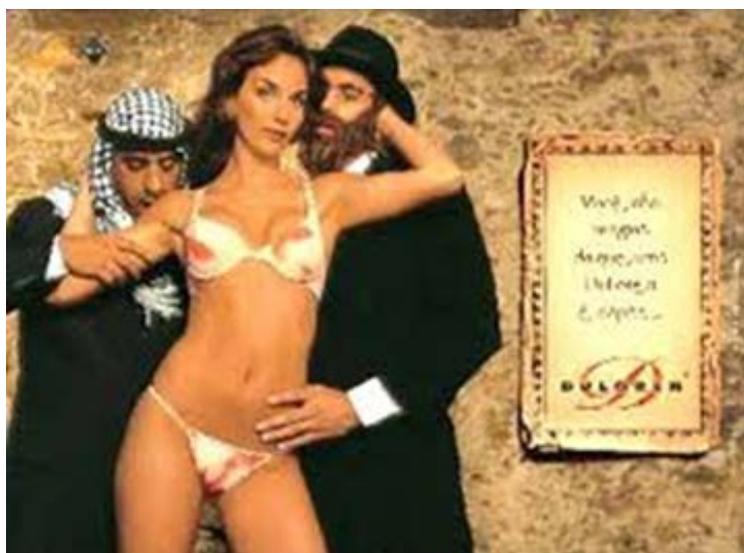
A título de exemplificação foram selecionados dois textos:

### Texto 1



Fonte: <<http://solembrandoque.wordpress.com/2010/09/30/eleicoes/>>

### Texto 2



Fonte: <<http://colunistas.ig.com.br/consumoepropaganda/2012/03/13/du-loren>>

Os textos exemplificados são construídos opinativamente e contêm implícitos ideológicos na representação do feminino:

1 As formas de representação do feminino na publicidade de roupas íntimas identificam as mulheres, dependendo do *status social* delas. Dessa forma, as categorias linguístico-discursivas tratadas propiciaram, conforme Fairclough (2001), a percepção não só do *sistema semiótico* (a rede de opções do sistema lexicogramatical), mas também do *sistema social da linguagem* (a rede de opções de ordem do discurso, com seus gêneros, discursos e estilos relativamente estáveis) como potencial para construir significados. Nesse sentido, verificou-se que o discurso publicitário tem facilidade de acesso ao público, a fim de, por um macroato de fala, transformar os seus interlocutores em consumidores do produto anunciado e obter lucro para a empresa que quer vender o seu produto. Sendo assim, o anunciante recorre a uma série de estratégias de seleção de

elementos e composição textual para atrair o consumidor, disseminando ideologias que favorecem a sustentação de relações de exploração do feminino.

2 Os textos diferenciam-se entre si pelos gêneros discursivos decorrentes dos usos que esses textos têm em sociedade, ou seja, como formas discursivas são ligadas às esferas da vida social. Segundo estudiosos do gênero, as pesquisas devem ser realizadas para responder a seguinte pergunta: Por que os membros discursivos constroem textos da maneira como são feitos?

A pesquisa realizada indica, por seus resultados, que o anúncio publicitário é um gênero discursivo cuja composição textual opinativa segue o esquema mental que formaliza a lexia de designação (POTTIER, 1974). Dessa forma, o texto traz explicitadas expressões visuais de imagens e cores, combinadas com as verbais, a fim de construir, com cada qual, para os interlocutores, o conteúdo da designação lexical do produto anunciado no texto publicitário, que não participa do léxico da língua. Assim, a estratégia do anunciante é selecionar elementos com valores sociais positivos para compor o seu texto. Conseqüentemente, devido à grande circulação, o anúncio publicitário constrói para os interlocutores o conteúdo da designação do produto anunciado, formalizando-o em uma lexia lexical “nova” que passa a circular na sociedade como uma unidade linguística lexical.

O referente textual, nos anúncios exemplificados, é “roupas íntimas femininas (soutien e calcinha) da *Duloren*”. A área semântica dessa designação é composta pelo conjunto de predicções com valor positivo selecionadas das cognições sociais: “beleza e sensualidade”, que atendem às necessidades machistas já construídas pela mídia como formas de conhecimento, sustentadas ideologicamente pelo machismo. A imagem do produto é representada, nos textos, pelas explicitações verbais: “você não imagina do que uma *Duloren* é capaz”, articuladas com imagens e cores. Os argumentos são selecionados das necessidades, construídas pela mídia: as mulheres têm de ser esbeltas, bonitas e sensuais. Estas representações do feminino estão relacionadas às necessidades construídas, durante um percurso histórico, para os homens: eles, para serem excitados, necessitam de mulheres esbeltas, bonitas e sensuais, com parte do corpo despido. As demais qualidades femininas são canceladas.

No que se refere à ideologia expressa no texto, Goldenberg e Ramos (2007) exploram a força da natureza/cultura do Rio de Janeiro e afirmam que há uma “moral da boa forma”, ou seja, é necessário ter um corpo trabalhado, cuidado, sem marcas indesejáveis (rugas, estrias, celulites, manchas) e sem excesso de gordura e flacidez: o único que mesmo sem roupas está *decentemente* vestido. O *indecente*, aqui, é o que escapa ao consenso, seria infringir a biopolítica da boa forma.

Sendo assim, a boa forma do corpo torna-se “força de produção” e objeto de normatização de comportamentos relacionados à beleza, à estética, por isso o ideal. Nesse sentido, o corpo tornou-se objeto de culto, investimento, e sua imagem passa a ser representada na mídia como alvo de ofertas de produtos a serem consumidos. Essas considerações estão relacionadas aos anúncios publicitários analisados e exemplificados pelos textos 1 e 2. Assim, ocorre uma publicidade que afasta do moralismo por objetivar o consumo do produto anunciado e, para tanto, recorre à boa forma ideal, construída pela mídia como um mecanismo social produtor de sentidos e identidades.

3 A sintaxe textual da combinação do verbal com as imagens e cores

Esta sintaxe é importante para a construção textual opinativa.

3.1 No **texto 1**, o verbal é combinado com imagens e cores de forma a construir um espaço retórico de sedução:

3.1.1 o verbal expressa: “Eleições 2010”, “Senhores candidatos o brasileiro precisa mesmo é de uma boa renda”. Dessa forma, constrói-se uma polissemia: boa renda = melhor rendimento financeiro e boa renda = acabamento requintado de lingerie de luxo. Essa polissemia é intertextual, e, para resolvê-la, ativa-se na memória de longo prazo, um contexto cognitivo: a) nos textos da campanha eleitoral da candidata à presidência da República, ela promete propiciar ao brasileiro uma melhor renda para acabar com a pobreza, no Brasil; b) nos textos publicitários de lingerie de luxo, a renda é o fino acabamento das peças íntimas.

3.1.2 as imagens e cores compõem com o verbal o texto multimodal. As imagens visualizam, à esquerda, o “dado” (as eleições são realizadas com o voto do povo em uma cabine eletrônica) uma urna eletrônica, situada em uma cabine eleitoral, que representa, metonimicamente, pela imagem, os turnos eleitorais (primeiro turno, em 2010, candidatos homens e mulheres; segundo turno duas mulheres: Marina e Dilma) para a presidência, em 2010, no Brasil (é interessante observar que a situação se repete, em 2014, com as mesmas candidatas Marina e Dilma); visualizam, ainda, no centro, uma mulher jovem, branca, com traços europeus, representada pela beleza, esbelteza e elegância femininas, focalizadas pelo sensual devido à postura corporal. A imagem da moça branca sofisticada apresenta uma expressão indiferente para seus observadores, não apresentando transitividade interpessoal: de olhos fechados, com pose de modelo e de sedução, seminua, com as pernas e pés apagados, vestida com roupas íntimas Duloen, brancas de luxo (calcinha biquine e soutien), terminadas com rendas brancas e coloridas. O fundo é de cor neutra acinzentada, de forma a salientar a imagem feminina.

Este texto está composto pela centralização com saliência, em tamanho maior, da imagem da moça que representa

o feminino pela mulher branca europeia dotada de uma beleza elegante, sensual e sofisticada; essas características são avaliadas de forma positiva. Os demais elementos manifestados, à direita e à esquerda, dependem do centro.

À direita está composta no eixo vertical pela expressão verbal do “novo”: em cima, a representação do ideal: “Senhores candidatos, o brasileiro precisa mesmo é de uma boa renda”; embaixo, o real: “Duloren, você não imagina do que uma Duloren é capaz”. A saliência centralizada situa o conteúdo de “renda”, que abrange a intertextualização de dois campos discursivos: o econômico e o político. O econômico = em cima, maior ganho para o povo e em baixo, o vestuário com acessórios de luxo = enfeites caros de roupas femininas.

Na margem esquerda, o “dado”: a metonímia da urna em uma cabine eleitoral, que representa as eleições de 2010, para presidência da república e governadores. O “novo”, à direita, ao se relacionar com “Senhores candidatos, o brasileiro precisa mesmo de uma boa renda”, focaliza o feminino no papel de presidente da República. Mas a representação do feminino, no texto, é realizada de forma preconceituosa, pois não se trata da mulher com a capacidade para governar um país, mas com a capacidade de satisfazer os desejos masculinos.

3.1.3 a construção textual multimodal está intertextualizada, de forma a relacionar dois contextos discursivos: o político X o publicitário do vestuário feminino, roupas íntimas. O contexto político das eleições presidenciais de 2010 está relacionado ao contexto da linguagem verbal “boa renda” que, por essa razão, passa a representar durante o processamento da informação recebida, metonimicamente, por expressões linguísticas, uma mudança nas crenças sociais, ou seja, a mulher (Dilma) eleita ocupa pela primeira vez, em nossa história, o cargo de presidente brasileiro. No contexto discursivo político eleitoral, a promessa política de uma “boa renda” econômica foi feita pelo PT, para persuadir os eleitores a votarem em Dilma. Assim, a expressão “boa renda” está ressemantizada e, dessa forma, o enfeite das lingerie de luxo, com “lycra”, passam a funcionar, metonimicamente, como a representação do feminino na presidência, de forma preconceituosa: não se trata de representar o feminino pela capacidade de governar, num contexto econômico mundial em crise, mas pela capacidade de excitar, seduzindo o homem, pelas suas propriedades.

3.1.4 o texto 1 manifesta expressões multimodais que contêm vários implícitos culturais e ideológicos. À margem direita, embaixo, está expresso o logotipo do produto, combinado com o verbal, representando o “novo”: “Você não imagina do que uma Duloren é capaz”. As imagens e cores guiam os interlocutores a explicitar os implícitos: <<a mulher que usa lingerie Duloren é capaz de seduzir

os homens e ser eleita presidente da república>>. Todos os elementos explicitados mantêm implícitas representações culturais do feminino: <<uma mulher necessita de roupas íntimas>>; representações ideológicas do feminino: <<uma mulher “de verdade” é, necessariamente, esbelta, elegante e sensual para seduzir o homem, com roupas íntimas caras>>. A projeção do contexto histórico das eleições de 2010 possibilita explicitar os implícitos ideológicos <<o sensualismo elegante da mulher levou-a a ser eleita presidente da República, mudando a história do Brasil>>.

3.2 No **texto 2**, o verbal, também é combinado com imagens e cores:

3.2.1 a composição sintática é realizada apenas com imagens e cores. O verbal só ocorre no logotipo.

3.2.2 as imagens e cores compõem, com o verbal, a sintaxe do texto multimodal, na medida em que as imagens e cores explicitam o implícito das expressões verbais <<uma mulher sensual e elegante, com roupas íntimas sofisticadas da *Duloren* é capaz de acabar com conflitos políticos e religiosos com sua beleza e elegância sensuais>>. À esquerda, as imagens visualizam um judeu e um árabe, caracterizados pelas suas roupas típicas, tendo entre eles uma mulher jovem vestida com lingerie *Duloren*. A mulher é retratada com características físicas europeias, representada pela beleza, esbelteza e elegância femininas, focalizadas pelo sensual devido à postura corporal. Ambos estão seduzidos pela jovem, preocupados em absorvê-la, sem se preocuparem um com o outro. A moça segura-os pela cabeça, aproximando-os. Eles a tocam: o árabe beija a moça, com fisionomia apaixonada, no ombro, segurando-a pelo braço; o judeu, com uma fisionomia de seduzido, segura a moça pela cintura, com a mão aberta envolvendo parte de seu corpo seminu. A moça olha diretamente para o leitor e os dois homens (o judeu e o árabe) olham para a moça, dando projeção a ela.

Sendo assim, a composição sintática está orientada pelo eixo horizontal. À esquerda, o “dado”, há a representação de três personagens sociais: dois político-religiosos conflitantes: judeu e árabe; e um apolítico, sem representação religiosa: uma mulher jovem, bela, esbelta e sensual. À direita, o “novo”, um quadro com moldura antiga está centralizado, na parede; na tela, grafadas com letras desenhadas, imitando, visualmente, a grafia israelense e árabe, está expresso pelo verbal o logotipo: “*Duloren* – você não imagina do que uma *Duloren* é capaz”. O fundo é de cor laranja, cor de ouro, representando o *status social* do judeu e do árabe, pelo poder econômico, no mundo. O “novo” é processado mentalmente com a inter-relação das imagens da esquerda: judeus e árabes abandonam o conflito político-religioso por causa da sedução de uma mulher jovem; Judeus e árabes abandonam sua tradição de preconceito religioso quando são seduzidos por uma mulher jovem sensual e linda, por vestir lingerie *Duloren*.

Em síntese, este texto está composto pela saliência, em tamanho maior, dos três personagens. A representação do feminino é expressa pela mulher branca linda, elegante, sensual e sofisticada; essas características são avaliadas, socialmente, de forma positiva. Os demais elementos manifestados estão à direita e inter-relacionados, pelo tamanho, com a imagem dos três personagens, à esquerda. Porém, o logotipo é de tamanho menor que a imagem dos personagens.

As imagens, no contexto social político, representam personagens masculinos pertencentes a dois grupos sociais conflitantes: mulçumanos e judeus que guerreiam entre si, desde antes de Jesus Cristo ter nascido. As causas são posse de terra (Terra Santa) e domínio religioso (judeus x mulçumanos). Esses dois grupos sociais são representados metonimicamente pelas roupas. No contexto histórico, todos os esforços da ONU, de diferentes países isolados, e até de papas, já foram feitos e continuam a ser feitos para se obter, sem sucesso, até hoje, a paz.

Logo, a representação do feminino, no texto 2, é realizada, como no texto 1, de forma preconceituosa, pois não se trata da mulher com capacidade política para obter a paz, mas com a capacidade sensual de satisfazer as necessidades masculinas, com o uso de lingerie finas.

3.2.3 a construção textual multimodal está intertextualizada, de forma a relacionar dois contextos discursivos: o político-religioso X o publicitário. O contexto político representa o conflito religioso entre judeus e árabes, pelo domínio de territórios considerados “santos”, devido a crenças religiosas. Sendo assim, as roupas das imagens dos personagens passam a funcionar metonimicamente para representar: a guerra entre judeu X árabe e a paz = judeu + feminismo sensual sedutor + árabe. A representação do feminino, dessa forma, também é preconceituosa: não se trata de representar o feminino pela capacidade política de estabelecer a paz, mas pela capacidade de seduzir, excitando os homens, levando-os a se esquecerem da guerra histórica. O contexto cognitivo é o momento atual do conflito violento entre estes dois povos e o não sucesso das mediações já feitas.

3.2.4 Os implícitos culturais estão contidos na expressão da religião, juntamente com a nacionalidade. Judeus e árabes são monoteístas e mantêm relações religiosas com o cristianismo: Jesus era judeu e os mulçumanos, segundo Maomé, são descendentes de Abraão, assim como, segundo a Bíblia, os judeus: estes são descendentes de Abraão com sua esposa, e aqueles de Abraão com sua escrava. Os implícitos ideológicos também estão contidos nas imagens e cores: tanto judeus quanto mulçumanos têm poder econômico no mundo e a “guerra santa” é representada por eles como o retorno às origens, ou seja, à região do Estado de Israel. Jerusalém, segundo as cognições sociais construídas pela leitura da Bíblia, foi construída por David e instaurada como capital das sete tribos e, em sua história, sempre foi objeto de conquista de romanos e mulçumanos, entre outros.

Em síntese, no contexto cognitivo histórico-político mundial, o conflito armado entre judeus e mulçumanos é incontrolável, pois o ódio entre eles é histórico e a luta permanece violenta até hoje. Dessa forma, as expressões de imagens e cores orientam a explicitação dos implícitos culturais e ideológicos, para a representação do feminino. Nesse sentido, “Você não imagina do que uma Duloren é capaz” = a sensualidade da mulher esbelta, linda e elegante apazigua conflitos históricos incontroláveis, pela sua capacidade de sedução masculina, de forma a propiciar o fim da guerra no Oriente Médio e, com isso, mudar a história dos conflitos entre judeus e árabes.

4. No que se refere à seleção das fontes e combinação semiótica do verbal com o visual

As fontes são selecionadas de paradigmas que compõem as partes do texto multimodal e podem ser vistas como interagindo e afetando umas às outras, conforme são combinadas na composição do todo (texto produto). É interessante observar que a noção de seleção, para a ADC, não implica a consciência do sujeito-produtor, devido à reprodução da ideologia que instaura a dominação pelo Poder.

4.1 No texto 1, as fontes são selecionadas de dois paradigmas: um político, do qual é selecionada a eleição para presidência de 2010, com os candidatos Dilma, Marina e Serra no primeiro turno, e Marina e Dilma no segundo turno; o outro, um paradigma social da mulher, do qual são selecionadas a beleza e a elegância da mulher branca, ancoradas no luxo e na sensualidade.

A seleção dessas fontes tem a intenção de completar pelo visual o conteúdo semântico do verbal. Assim, “senhores candidatos, o brasileiro precisa mesmo é de uma boa renda” = <<o brasileiro precisa mesmo de uma mulher sedutora na presidência da República>>, metonimicamente representada, por “uma Duloren”, ou seja, as roupas íntimas da Duloren são capazes de mudar a história do Brasil, elegendo, pela primeira vez, uma mulher para a presidência da República. Essas representações propiciam que mulheres e homens se identifiquem com as representações textuais.

4.2 No texto 2, as fontes são selecionadas de dois paradigmas: um político-religioso, do qual são selecionados os personagens judeu e árabe, representados pelas suas roupas típicas; e um publicitário, do qual são selecionadas as roupas íntimas para mulheres. As fontes selecionadas se completam: as imagens e cores explicitam e complementam o conteúdo semântico de “do que uma Duloren é capaz”. Assim, ocorre a identificação dos interlocutores com as representações textuais, de forma a interiorizar seus valores culturais e ideológicos.

Para finalizar, segundo Kress e van Leeuwen (1996), ao tratarem da semiose visual, os sentidos podem ser realizados pelas línguas e pela comunicação visual. Essas realizações necessariamente não se sobrepõem, pois algumas coisas

podem ser expressas tanto pelo visual quanto pelo verbal, mas outras, só pelo visual ou pelo verbal. Por essa razão elas se complementam, tornando o texto um todo homogêneo, de forma a explicitar implícitos ou a complementar o conteúdo de expressões. Os exemplos apresentados mostram que a representação do feminino nos anúncios de lingerie da Duloren é preconceituosa, pois esses anúncios foram construídos com o privilégio do olhar do masculino.

### Considerações

Em síntese, analisar a organização textual-discursiva de forma crítica implica comprometimento com problemas sociais relacionados ao poder, que envolvem o uso da linguagem. A relação linguagem-sociedade é interna e dialética, o que significa que as questões sociais são, em parte, questões do discurso. Dessa forma, quando se usa a linguagem em práticas sociais situadas, são utilizados três modos pelos quais o discurso integra as práticas sociais: agir e interagir na construção de conhecimentos; representar, reproduzindo e modificando por maneiras particulares; identificar (se) a partir dos valores transmitidos. Assim, os sentidos dos textos tanto são guiados pelo social quanto têm efeitos na sociedade. Em outros termos, o poder é exercido por sistemas de comunicação e redes de informação que organizam as práticas diárias, de tal forma, que nos vemos submetidos à reflexividade institucional, ou seja, aos saberes especializados impostos pela mídia.

Logo, acredita-se que os objetivos propostos tenham sido cumpridos, pois os resultados apresentados indicam que tratar de textos multimodais (anúncios publicitários) por múltiplos olhares e que as análises com enfoque crítico e a vertente sociocognitiva trazem boas contribuições com a inserção da categoria analítica nas categorias Sociedade e Discurso, contribuindo para descrever tanto aspectos da composição textual da modalidade verbal e visual, assim como estratégias de compreensão, aplicadas para a produção de sentidos. Assim, os sentidos produzidos são representações mentais que constroem socialmente as crenças contidas nas cognições sociais grupais e extragrupais, perpassadas historicamente pela cultura e pela ideologia. Tais crenças são construídas no e pelo discurso, cujo produto é o texto.

Os resultados apresentados indicam, também, que os elementos selecionados pelo produtor participam de sistemas de conhecimento (semiótico, interacional e enciclopédico), armazenados na memória de longo prazo das pessoas após terem sido processados por elas. Todavia, é necessário considerar que essa seleção nem sempre é consciente e, por essa razão, a ideologia do Poder, que tem acesso ao público, por discursos públicos e institucionalizados, passa a dominar a mente das pessoas, levando-as a sustentar essa ideologia por sua reprodução textual, no e pelo discurso. Logo, inserir a Cognição nas análises traz excelentes contribuições.

## Referências

BESSA, D. *Cidadãos e cidadãs em situação de rua: uma análise de discurso crítica da questão social*. Tese de doutorado do Programa de Pós-graduação em Linguística da Universidade de Brasília, 2007.

BEAUGRANDE, R-A; DRESSLER, W. *Introduction to text linguistics*. London/New York: Longman, 1981.

FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Trad. Brasileira, coordenada por Isabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

\_\_\_\_\_. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. Londres: Routledge, 2003.

GOLDENBERG, M; RAMOS, M.S.A. A civilização das formas: o corpo como valor. In: *Nu e Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. 2. ed. São Paulo; Rio de Janeiro: Record, 2007.

HALLIDAY, M. *An introduction to funcional Grammar*. Baltimore: Edward Arnold, 1985.

KRESS, G.; van LEEWEN, Theo. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge, 1996.

\_\_\_\_\_. *Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication*. London: Arnould, 2001.

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

van DIJK, T.A; KINTSCH, W. *Strategies of discourse comprehension*. New York: Academic Press, 1983.

\_\_\_\_\_. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós, 1997.

\_\_\_\_\_. *Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva*. Trad. brasileira de Rodolfo Ilari. São Paulo: Contexto, 2012.