

Todes amigues: o signo verbal ideológico como arena de disputa de sentido

Todes amigues: the ideological verbal sign as meaning dispute arena

Daniilo POSTINGUEL¹

Resumo

O artigo problematiza temas como discurso, ideologia, mídia, luta de classes/minorias. De natureza qualitativa exploratória, a partir do referencial teórico-analítico da Análise de Discurso de linha francesa, busca compreender a produção de efeito de sentido por meio dos discursos da mídia impressa referente ao debate em torno do gênero neutro e sua cooptação pelo discurso hegemônico. Para tanto, foi selecionado para a análise a reportagem *Amigues para sempre*, da revista Veja e a capa, da mesma edição. Referente à parte empírica, pudemos analisar como a revista produziu um efeito de sentido a partir da reportagem de capa que deslocou de seu sentido ideologia original o debate do gênero neutro, silenciando as minorias e suprimindo-as do contexto histórico-social de luta pela igualdade dos sexos e agora gêneros.

Palavras-chave: Ideologia. Discurso. Comunicação e Consumo. Gênero.

Abstract

The article discusses topics such as discourse, ideology, media, class struggle/minorities. Of exploratory qualitative nature, from the theoretical-analytical reference of Discourse Analysis of French line, search of a production of effect of sense through means of printed communication reference to debate around the neutral gender and its cooperation by hegemonic discourse. For that, he was selected for an analysis and reporting *Amigues para sempre*, from the magazine *Veja* a capa, from the same edition. Regarding the empirical part, we were able to analyze how a magazine produced an effect of meaning from the cover story that displaced from its original ideological sense the debate of the neutral gender, silencing as minorities and suppressing how to make the historical-social context of struggle for Equality Of the sexes and now genres.

Keywords: Ideology. Speech. Communication and Consumption. Gender.

Introdução

Amigos. Amigas. *Amig@s*. *Amigxs*. *Amigues*. Essas e outras possíveis variações gráficas em torno desse substantivo são para esta pesquisa uma discussão *para além* de

¹ Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Pesquisador do grupo JUVENÁLIA Culturas juvenis: comunicação, imagem, política e consumo (ESPM-CNPq). E-mail: d.postinguel@gmail.com

tratativas contemporâneas em busca de um acordo ortográfico da língua portuguesa. Em seus pormenores, os “desvio[s] de grafia” (VILHAGRA, 2014, p. 4) manifestos na materialidade dessa palavra, signo verbal, não apenas sinalizam a “palavra no intercâmbio da vida social [... e] que, enquanto ação humana constrói/reconstrói/destrói realidades” (BACCEGA, 1995, p. 5 e 7). Mas também “se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes” (BAKHTIN, 1988, p. 46), de grupos sociais e de gênero.

Esses desvios de grafia, “no entanto, representam uma revolução no tratamento linguístico do gênero, além de um ativismo político transgressor em relação à matriz [masculina] heterossexual” (VILHAGRA, 2014, p. 4), (re)conhecida por suas facetas patriarcal, machista, racista, homofóbica, entre outras. Assim, as reflexões até aqui levantadas vão ao encontro do que assevera Bakhtin (1988) que todo signo é ideológico.

As problematizações que se seguem buscam compreender as variações gráficas em torno do substantivo *Amigo* – não apenas como palavra que “é neutra em relação a qualquer função ideológica específica”, mas analisá-lo como signo (verbal) ideológico “criado por uma função ideológica precisa e [que] permanece inseparável dela” (BAKHTIN, 1988, p. 37). Dessa forma, mais do que uma proposta ortográfica, os desvios de grafia apresentados exemplificam esse espaço – arena – de disputa e negociação ideológica que se dá na e com palavra, signo ideológico.

Amig@s, *amigxs* e *amigues*, mais do que um agenciamento em torno de uma potencial inflexão de gênero na língua portuguesa, suscitam por meio da palavra a materialidade ideológica de ativismos – grupos organizados – políticos de ordem sociocultural. Essas outras grafias tornam ainda mais pujantes a luta de movimentos inicialmente feministas e posteriormente espreado para os movimentos LGBTT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros) que questionam as invisibilidades sociais das mulheres, homossexuais, das sexualidades e dos gêneros frente à dominação e superioridade masculina.

Isto posto, mais do que uma investigação em nível linguístico, em que se busca por compreensões acerca das estruturas fonológicas, morfológicas e sintáticas com suas regras já estabelecidas e obrigatoriamente seguidas, interessa-nos analisar o signo ideológico. Signo tramado nos discursos, os quais levam em consideração “as condições sócio-político-econômicas [...] fundamentais para seus estudos” (BACCEGA, 1995, p. 51). Afinal, “os discursos vão, portanto, materializar as ‘visões de mundo’ das

diferentes classes sociais, com seus interesses antagônicos, os quais se manifestam através de um estoque de palavras e regras combinatórias” (BACCEGA, 1995, p. 52).

Entre os discursos que circulam e são ofertados no cotidiano, e que vão ganhando significação por meio das interações sociais, se sobressai o discurso masculino heteronormativo hegemônico. Legitimado por estruturas e instituições sociais, torna-se produtor de verdade(s) e regulador das estratégias de poder, ao passo que, concomitantemente, reforça a matriz heterossexual historicamente cristalizada, excluindo outras manifestações (e atores sociais) da sexualidade humana (VILHAGRA, 2014).

Da infinidade de discursos ofertados na e pela sociedade contemporânea o da mídia, como afirma Gregolin (2007), realiza um agenciamento coletivo de enunciação que, ao entrecruzar determinações coletivas sociais, econômicas e tecnológicas, por exemplo, regulamentam as formas de ser e agir dos indivíduos/sujeitos. Afinal, como afirma Baccega, os discursos midiáticos materializam visões de mundo.

Além disso, a mídia, principalmente a imprensa, é um dos lugares – instituição social – em que o discurso ideológico e o poder estão mais demarcados culturalmente. Essas demarcações ocorrem, como salienta Lonardonni (2006), devido ao fato de abarcarem uma heterogeneidade textual em seus cadernos e seções. Isso torna menos velada a presença da ideologia e do poder em jornais e revistas.

Pensando em temas como discurso, ideologia, mídia, luta de classes/minorias, este artigo de natureza qualitativa exploratória, a partir do referencial teórico-metodológico da Análise de Discurso de linha francesa – ADf –, busca compreender a produção de efeito de sentido por meio dos discursos da mídia impressa referente ao debate em torno do gênero neutro e sua cooptação pelo discurso hegemônico. Para tanto, selecionamos para a análise a reportagem *Amigues para sempre*, da revista *Veja* (edição 2465 de 17 de fevereiro de 2016) e a capa da mesma edição.

Palavra, Signo e Ideologia

“E como *nasce* o sentido da palavra de que nos apropriamos? Como se *produz*? E o sentido das ‘novas’ palavras?” (BACCEGA, 1995, p. 32). Defender a palavra como “fenômeno social da interação social verbal, realizada através da *enunciação* ou das

enunciações”, como bem nos lembra Bakhtin (1988, p. 109), enseja reflexões *para além* da palavra como um sistema abstrato de formas linguísticas ou então, por exemplo, uma enunciação monológica isolada.

Com isto, entender a palavra como fenômeno social produto da interação social verbal permite compreender Bakhtin quando afirma que, a palavra torna-se a arena de disputa e negociação onde se desenvolve a luta de classes. Aplicando essa tese ao nosso estudo, podemos dizer que tanto o surgimento de palavras quanto os seus sentidos nascem, não como acontecimentos linguísticos isolados, mas concebidos a partir das mudanças sociais. Logo, as palavras e seus sentidos tornam-se cabedais das transformações histórico-sociais que “brotam a cada momento no cotidiano, muitas vezes num processo lento, outras vezes rapidamente” (BACCEGA, 1995, p. 32).

Dos apontamentos desenvolvidos até aqui, depreendemos que a palavra, signo verbal, é neutra (BAKHTIN, 1988). Penetra todos os domínios e se instala no cotidiano dos indivíduos/sujeitos (BACCEGA, 1995; MITRAUD, 2015). É em virtude de sua “ubiquidade social” (BAKHTIN, 1988, p. 41) e os seus diferentes modos de significar a realidade que vislumbramos o enfrentamento, luta, de classes e de grupos. Afinal, mesmo a palavra sendo o modo mais puro e sensível da relação social, ela precisa de um contexto para significar, e por permear vários contextos e abarcar os movimentos da sociedade, não apenas está em constante aperfeiçoamento, mas é lugar de conflitos ideológicos (BAKHTIN, 1988; BACCEGA, 1995).

Tramada em um contexto socio-histórico-cultural e tecida a partir de uma multidão de fios ideológicas, a palavra, signo verbal, propicia esse espaço de luta, enfrentamento e negociação simbólica e atribuição de valor entre as classes (MITRAUD, 2015). Nesses encontros de sentidos na e com a palavra; referente à classe dominante, aqui no caso os meios de comunicação de massa, com especial atenção para a imprensa, suas estratégias de obliteração da polivalência do signo ao cristalizar de forma hegemônica um significado empenham-se em apresentar uma única interpretação possível – signo monovalente. Em oposição e tensionamento estão as classes dominadas – as minorias –, que também por meio das palavras mobilizadas em seus discursos suscitam a polivalência dos signos.

O sentido atribuído à palavra, signo verbal, solidifica, como ressalta Baccega (1995, p. 63), “a prática social de um grupo, de uma classe social, de uma sociedade e,

por isso, possibilita a continuidade do processo histórico [e] embasa o novo”. Dessa forma, tanto a continuidade do processo histórico quanto o embasamento de novas palavras e sentidos só são possíveis por meio do indivíduo/sujeito que, paciente/agente da história, ao receber a palavra, carregada de uma carga ideológica histórica do passado de maneira ativa, na interação social do presente histórico, possibilita reelaborá-la dentro do horizonte social de uma época e de um grupo social determinado (BAKHTIN, 1988). Sintetizando a ideia de que, na palavra do presente, contém o futuro, dito de outro modo.

Desse modo, para a produção de novas palavras e/ou para a produção de (novos) sentidos é fundamental que haja a sensibilidade dos indivíduos/sujeitos em captar o que pode existir de novo na palavra. Isso porque, mais do que a palavra *dada*, o que importa é a palavra *dando-se* (BACCEGA, 1995). Palavra que é sensível e que carrega mudanças consigo. O cotidiano torna-se assim o local que mais os indivíduos/sujeitos percebem as mudanças, onde são mais impactados. É porta de entrada da ideologia.

Referente à ideologia do cotidiano, é nela que primeiro se pode perceber o estabelecimento do sentido. Devido ao fato de não estar fixada num sistema ideológico, sua condição de flexibilidade permite que se manifestem os movimentos iniciais das inovações, da produção de novos sentidos. “Só depois é que eles serão modelados, plasmados nos sistemas ideológicos constituídos, conservando-os ou modificando-os” (BACCEGA, 1995, p. 35).

Enfim, é compreender o papel dos meios de comunicação de massa, em especial a imprensa, nesse espaço de luta pelo sentido das novas palavras frente às classes dominadas – minorias –. Afinal, a imprensa tem o papel de mediador entre os níveis inferiores da ideologia do cotidiano – concepções do senso comum, as crenças, superstições, estereótipos entre outros – e os sistemas ideológicos constituídos. Desse modo, observar como ela cumpre com o seu papel de mediadora inclui teorizar e posteriormente analisar os discursos que coloca em circulação.

Os discursos pelas lentes da ADf

“Os efeitos de sentido materializam-se nos textos que circulam em uma sociedade” (GREGOLIN, 2007, p. 15). Nas sociedades contemporâneas, a notoriedade

que ainda a comunicação midiática massiva, com destaque para a imprensa, possui e sua respectiva produção de efeito de sentido, tornam-se um profícuo material empírico, para se analisar, por exemplo, a luta simbólica pela atribuição de sentido entre grupos sociais, referente à igualdade de gênero. Diante do exposto, é possível afirmar, respaldados pelos escritos de Mitraud que,

os jornais [e as revistas] ocupam um lugar de autoridade e verdade; são eles, entre outros, que representam o real, trazem [e levam] para o cotidiano os fatos que passam a ter relevância. Quando selecionam um fato, para noticiá-lo, recortam um pedaço da realidade social, em detrimento de tantos outros. E seu lugar de legitimidade, atribuído pelos agentes do sistema ideológico, do qual faz parte, faz com que aquele fato selecionado não só adquira relevância, bem como o que é narrado, e da forma como é narrado, não abra espaço para que seja contestado. O que os jornais [e as revistas] dizem ganha uma aura de verdade e de importância. Daí a necessidade de uma análise permanente e cuidadosa de seu conteúdo (MITRAUD, 2015, p. 46).

As contribuições teóricas de Gregolin e Mitraud, aqui problematizadas, sinalizam para a necessidade constante de vigilância e análise dos textos que circulam pela imprensa, e que aqui chamamos a atenção para os seus mais plurais jornais e revistas. Para esta empreitada “[...] a importância da análise de discurso para a compreensão de sentidos produzidos em textos da mídia” (GREGOLIN, 2007, p. 23), torna-se um dispositivo teórico-metodológico tenaz.

Isto posto, cabe ressaltar, valendo-nos das contribuições teórico-metodológicas de Orlandi (1999), que, a importância da ADf direciona-se como o próprio nome indica, em *um para além* da língua – palavra – enquanto sistema de regras formais ou então finda seus esforços interpretativos nas normas de bem dizer. A ADf busca compreender o discurso enquanto palavra em movimento, visto que, “não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos” (ORLANDI, 1999, p. 9).

Na ADf as condições socio-histórico-político-econômicas são tratadas como Condição de Produção – CP, que abarcam os sujeitos, a situação e a memória e que envolvem dois níveis. O nível estrito, ligado às circunstâncias da enunciação, é do contexto imediato. E em sentido – nível – amplo, as CP incluem o contexto socio-histórico, ideológico (ORLANDI, 1999).

Ainda sobre as CP, perceber (nos limites) da interpretação “aquele que fala e de onde fala, aquele que recepciona e o *lugar* que cada um atribui ao outro por conta de representações imaginárias” (MITRAUD, 2015, p. 45-46), a posição dos sujeitos, é outra noção fundamental da ADf. O que propicia interpretar mais e melhor as lutas simbólicas em torno dos efeitos de sentidos entre grupos sociais.

Por fim, e referente à CP, a memória é tratada como interdiscurso. O interdiscurso é o conjunto de formulações (discursos, narrativas, saberes entre outras) e já esquecidas que afetam e determinam o que dizemos (ORLANDI, 1999). “O efeito do interdiscurso é apagar na memória o que foi proferido por um sujeito específico” (MELLO, 2015, p. 58).

Na produção de sentidos, os esquecimentos são outra noção fundamental para a ADf e complementar do interdiscurso. Orlandi (1999) afirma que, existem duas formas de esquecimento no discurso. O segundo é da ordem da enunciação que, ao falarmos o fazemos de uma maneira e não de outra. Dito de outra forma, o esquecimento número dois relaciona-se à escolha de determinadas palavras em detrimento de outras (MITRAUD, 2015). Já o esquecimento número um é também chamado de esquecimento ideológico (ORLANDI, 1999). Para Orlandi ele é da ordem do inconsciente. Ao proferir o discurso o sujeito apropria-se de outros discursos, como que se fossem seus, dando a impressão de que as palavras que são ditas são de propriedade de quem as disse/enuncia.

Por conseguinte, como apresenta Orlandi, as CP, que produzem os discursos funcionam de acordo com três fatores: as relações de força, as relações de sentido e a antecipação. Dessa forma, eles ensejam as formações imaginárias, que “são as projeções que permitem passar das situações empíricas – os lugares dos sujeitos – para as posições dos sujeitos no discurso” (ORLANDI, 1999, p. 40).

As formações imaginárias demarcam a distinção entre o lugar e a posição. Ou seja, é “a passagem do lugar para a posição que o sujeito ocupa no espaço social” (MELLO, 2015, p. 60) que, ao se relacionar com o contexto socio-histórico e com a memória discursiva produzem as imagens da posição ocupada pelos sujeitos do discurso. Os três fatores, apresentados por Orlandi, são mecanismos de funcionamento do discurso e que estão baseados na noção de formações imaginárias.

As relações de força(s). “Segundo essa noção, podemos dizer que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz” (ORLANDI, 1999, p. 39). Indica com isso que sentido do que é dito leva em consideração o lugar que o enunciador ocupa. Essa noção ilumina, assim como afirma Mello que, os discursos não se equivalem. O discurso depende do enunciador para produzir efeitos de sentido. Como também, e complementar a isso, nem todos estão² autorizados a proferir determinados discursos.

Já as relações de sentidos sinalizam que “não há discurso que não se relacione com outros” (ORLANDI, 1999, p. 39). Em nosso entender, os discursos se relacionam. “Um discurso aponta para outros que o sustentam, assim como para dizeres futuros” (ORLANDI, 1999, p. 39). O escrito citado permite entender que o discurso não tem um começo e nem um fim. Ele está articulado, como sugere Orlandi, como outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis.

Quanto aos mecanismos de antecipação. “Todo sujeito tem a capacidade de experimentar, ou melhor, de colocar-se no lugar em que o seu interlocutor ‘ouve’ suas palavras” (ORLANDI, 1999, p. 39). Esse mecanismo regula a argumentação, de tal forma que os efeitos de sentido evocados pelo produtor do texto são o que ele deseja provocar em seu destinatário (LONARDONI, 2006). Dito de outro modo, esse mecanismo visa os efeitos sobre o interlocutor (ORLANDI, 1999).

Orlandi ainda apresenta o conceito de Formação Discursiva que, para a autora,

permite compreender o processo de produção de sentidos, a sua relação com a ideologia e também dá ao analista a possibilidade de estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. [Se definindo] como aquilo que numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito (ORLANDI, 1999, p. 43).

“Assim, a relação da AD[f] com o texto não é extrair o sentido, mas apreender a sua historicidade, o que significa se colocar no interior de uma relação de confronto de sentidos” (ORLANDI, 1990, p. 35). Buscando enxergar além da opacidade da linguagem, no caso desta pesquisa, midiática massiva.

² Optamos em utilizar o verbo “Estar” do que o verbo “Ser”, pois como menciona Orlandi (1999, p. 10) “os sentidos estão sempre ‘administrados’, não estão soltos” e mediante quem – classe e/ou grupo social – é o seu produtor a mesma legítima o poder de fala discursivo.

Cultura, minorias e discurso... como consumi-los?

Do espaço de convergência entre a comunicação e as práticas de consumo, emergem discussões e reflexões em torno de questões como “construção da verdade, estereótipo, manipulação, simulacro, imaginário, cultura e culturas, resistência cultural e cultura da resistência, identidade, cotidiano, subjetividade, consciência social e consciência estética, entre outras” (BACCEGA, 2007, p. 42). O que permite localizar nessa intrincada relação – comunicação e consumo – potenciais transformações que os discursos midiáticos produzem nas dinâmicas socioculturais. Afinal, como afirma Escosteguy e Sifuentes (2011, p. 1), “a mídia acarreta consequências para outras práticas e espaços sociais”.

No campo dos estudos midiáticos, Freire Filho, afirma existir um interesse latente e crescente pelo

complexo processo de produção, circulação, consumo e contestação de representações das minorias – conceito usado, aqui, para abarcar todo grupo social cujas perspectivas e vozes são marginalizadas pelas estruturas de poder e pelos sistemas de significação dominantes numa sociedade ou cultura (FREIRE FILHO, 2005, p. 19).

Sendo assim, interpretar as representações midiáticas, permite-nos mensurar de que maneira signos histórico-socioculturais funcionam, segundo Freire Filho (2005), tanto para forjar a aceitação do *status quo* e da dominação social, como também, para incitar grupos sociais subordinados a resistir à opressão, contestando ideologias e estruturas de poder conservadoras e ainda vigentes.

De forma ilustrativa, localizamos na pesquisa de Escosteguy e Sifuentes (2011), as provocações levantadas por Freire Filho, no parágrafo anterior. Em seu texto *As relações de classe e gênero no contexto de práticas orientadas pela mídia: apontamentos teóricos*, as autoras investigaram a visibilidade que mulheres de posições sociais destituídas adquiriram na mídia, mediante a circulação de histórias pessoais, depoimentos, testemunhos e diários. Entre as análises mobilizadas, nos toca o percurso teórico que as autoras tecem sobre as relações de classe e de gênero.

Mesmo as autoras enfatizando que o gênero “não fica subsumido na classe” (ESCOSTEGUY e SIFUENTES, 2011, p. 4). Lançam uma comparação entre as classes sociais e as relações de gênero que para esta pesquisa mostra-se oportuna. Segundo as autoras, “tal como se percebe entre as classes sociais, nas relações de gênero haveria igualmente uma ‘classe’ desmerecida [– subordinada]” (ESCOSTEGUY e SIFUENTES, 2011, p. 4). Apresentando que o masculino heterossexual, além de representar a classe hegemônica e dominante, representaria a cultura, o superior, a mente e o raciocínio. Enquanto que o feminino, e acrescemos todos os outros potenciais gêneros e sexualidades que escapam do binarismo masculino e feminino heterossexual, estariam relacionados à natureza, ao inferior, ao corpo, à emoção.

Apropriando-nos dos escritos de Freire Filho e Escosteguy e Sifuentes, para esta pesquisa, perceber como permanências históricas, muitas vezes travestidas de mitos, provérbios e estereótipos, como afirma Baccega (2007, p. 79) “constituem parte importante desse diálogo entre os discursos”.

Por fim, mesmo com as permanências históricas e ideológicas nos signos, as mudanças de hábitos e costumes, por meio da comunicação e práticas de consumo, propicia perceber como “vocábulo vão sendo criados enquanto outros entram em desuso” (DANTAS, 2015, p. 20). A exemplo desta pesquisa que, busca interpretar por meio da ADf a disputa simbólica que se trava na palavra, signo ideológico, referente a inflexão de gênero na língua portuguesa ofertado pela mídia – imprensa.

Análise do corpus

Para compreender a produção de efeito de sentidos mobilizada no *corpus* coletado, iniciamos a análise apoiando-nos nas contribuições de Mitraud que, ao abordar sobre a posição do sujeito enunciativo, referente à CP, problematiza a relevância de analisar *aquele que fala e de onde ele fala*. Isto posto, para desvelar a opacidade da linguagem em seus não-ditos, as lutas simbólicas de sentidos e suas ideologias por detrás do discurso midiático, torna-se necessário contextualizar a mídia – revista – que utilizamos na empiria.

O enunciativo são os editores da revista *Veja*. A revista é considerada uma mídia mais conservadora, pois está ligada aos grupos mais conservadores da política e da

economia de nosso país (MELLO, 2015). Concomitantemente a isso, é a revista com a maior circulação, posto alçado devido o número de exemplares semanalmente vendidos, o que a credita a ocupar um lugar de autoridade e verdade naquilo que divulga.

A reportagem de capa da revista *Veja*, edição 2465, de 17/02/2016, traz “*Sexo. Na revolução de costumes da geração Z, elas e eles se dizem ‘neutros’ e a ‘sexualidade é fluída’... ...E você não tem nada com isso!*”. Com base na capa e na reportagem de capa, pretendemos identificar os efeitos de sentido que a editoria da revista perpassa, no discurso verbal e não-verbal (LONARDONI, 2006).

Figura 1: Capa da revista *Veja* (edição 2465 de 17 de fevereiro de 2016)



O efeito de sentido pretendido pelos editores da revista com essa capa (Figura 1) era o de apresentar as mudanças no comportamento sexual dos jovens. A manchete “Sexo” acrescido da frase final da submanchete “... E você não tem nada com isso!”, mobiliza a curiosidade do leitor para “inquirir” o que está acontecendo com a sexualidade dos jovens. Do que poderia ser uma simples capa de revista, saltam aos olhos disputas de sentidos entre as classes – de gênero (ESCOSTEGUY e SIFUENTES, 2011).

Relacionado ao discurso verbal, temos a imagem – discurso não-verbal – que reforça o efeito de sentido pretendido. O pano de fundo da capa vem num tom escuro, preto. E sutilmente as duas garotas são iluminadas. Esse pano de fundo escuro mais a luz sobre as garotas lembram os interrogatórios policiais em que o réu, no caso as réas, são indagadas, aqui pelo leitor sobre a sexualidade. A fisionomia de desconforto das personagens vai ao encontro da nossa interpretação.

Retomando a posição conservadora de quem enuncia, as demais frases que acompanham a(s) submanchete(s), “Na revolução de costumes da geração Z”, “Elas e eles se dizem ‘neutros’” e “A sexualidade é ‘fluída’”, conduz para o entendimento de que o atual debate em torno da sexualidade se restringe aos jovens, sendo uma questão geracional. O que causa menos aversão da sociedade, afinal, e valendo-nos do senso comum, a juventude é o momento de descobertas e experimentações.

Ainda sobre as frases do subtítulo “Elas e eles se dizem ‘neutros’”. Destacamos duas asserções. A primeira é referente à utilização do pronome feminino antes do masculino, algo que vem de longa data, a partir do movimento feminista, sendo reivindicado. Mas ao mesmo tempo em que atendem a uma demanda das minorias, reiteram sua posição de dominação conservadora ideológica, eximindo da capa figuras masculinas (sendo constante em toda a reportagem). O que reitera toda uma bagagem histórico-social de dominação (e sobreposição) masculina na sociedade. A outra asserção é referente à palavra *neutro*, que aqui adquire sentido de liberdade sexual. Sendo afirmado com a outra frase do subtítulo “E ‘a sexualidade é fluída’”.

Dessa forma o que era pra ser uma capa de revista apresentando potenciais mudanças no comportamento sexual dos jovens, quando acrescido na análise a nota de apresentação das personagens – no canto inferior direito, na cor branca, quase que despercebido – “As estudantes Daiany Melchior, 18 anos, e Ana Carolina, 19, que já se relacionaram com meninas e defendem a *neutralidade de gêneros*” (grifo nosso), fazem emergir uma disputa ideológica latente em nossa atual sociedade. Ao trazerem a frase *neutralidade de gêneros*, desvela-se para nós o debate em torno da identidade de gênero, ativismo político transgressor em relação à matriz heterossexual (VILHAGRA, 2014), encabeçado inicialmente pelo movimento feminista e propagado, posteriormente, para grupos organizados LGBTT. Demonstrando nessa frase, mas isso será mais latente na reportagem de capa, a posição do veículo/mídia em deslegitimar o debate em torno da

neutralidade de gênero, como forma de manutenção do *status quo* da classe masculina heterossexual dominante (FREIRE FILHO, 2005).

Nas páginas que seguem a reportagem é possível identificar a disputa de sentidos em torno do gênero neutro. Na primeira página da reportagem, em caixa alta e na cor preta a manchete “Amigues para sempre”. Seguido por:

Nunca ouviu falar em gênero neutro? Aquele que faz com que certas palavras terminem em “e” para suprimir os artigos masculino e feminino? E ‘sexualidade fluída’, sabe o que é? Tem ideia da porcentagem de jovens brasileiros que dizem já ter se relacionado com homens e mulheres? Bem-vindo ao admirável mundo novo da geração Z, onde diversidade e tolerância são as palavras de ordem (ALLEGRETTI, 2016, p. 63).

Valendo-se do interdiscurso, os editores silenciam ao problematizar sobre a neutralidade de gênero os movimentos feminista e LGBTTT que reivindicam em sua pauta, como acontece na língua portuguesa, o fim da predominância do artigo O, masculino, que no discurso é um mecanismo significativo das relações de poder. Disso, ainda é possível identificar o deslocamento de sentidos pretendido da revista ao articular o debate do gênero neutro com questões geracionais. Apagando, assim, do signo verbal ideológico *amigues*, todo o percurso de enfrentamento histórico-social das minorias frente à classe masculina dominante e suas reivindicações pela igualdade de gênero.

Ainda sobre a produção de efeito de sentidos mobilizados na reportagem, insistimos na autoridade creditada ao veículo/mídia em deslegitimar os grupos organizados que em seus ativismos tentam transgredir a ordem heteronormativa. Encontrando vestígios como, por exemplo, “Menina com Menina [...] Os homens acham sensual ver duas meninas se beijando, mas o mesmo não acontece quando são dois meninos” (ALLEGRETTI, 2016, p. 63). Reforçando permanências históricas, a partir do fetiche masculino, produto de uma cultura machista, ao ver duas mulheres se beijando e a contestação de qualquer revolução (como sugerem na capa) que busque tensionar a virilidade masculina e uma potencial posição de passividade.

No primeiro parágrafo da reportagem, evocam três homens ilustres do passado, como Álvares de Azevedo, Manuel Bandeira e Floriano Peixoto, e acrescentam “[eles] estranhariam muitas coisas” (ALLEGRETTI, 2016, p. 64), principalmente no colégio que estudaram (Pedro II, no Rio de Janeiro), um dos colégios que começara a adotar o

gênero neutro em espaços educacionais. Rememorar esses homens que viveram boa parte de suas vidas no século XIX demonstra o desconforto que esse debate gera na classe masculina dominante. Afinal, esses homens não presenciaram de fato a revolução feminista, muito menos dos LGBTT. Período onde o patriarcado e a masculinidade eram palavras de ordem.

Discorrendo sobre os desvios de grafia (VILHAGRA, 2014) em torno do substantivo amigo, a reportagem apresenta o debate em torno do uso do X (amigxs) e do E (amigüe), mas em seguida atrela o debate à geração Z, potencializado com as mídias sociais no caso o Facebook. Mais uma vez vemos o apagamento dos movimentos feminista e LGBTT, ao produzir o efeito de sentido que essas mudanças são decorrentes da tecnologia, principalmente com o advento do século XXI. O excerto “a ‘novilíngua’ das redes” (ALLEGRETTI, 2016, p. 65) afirma o que problematizamos.

“A ‘novilíngua’ das redes e a onipresença nas escolas do *tema da vez podem não durar mais que alguns verões*, mas o que elas sinalizam veio para ficar” (ALLEGRETTI, 2016, p. 65 – grifo nosso). O excerto da reportagem permite, resgatando Bakhtin (1988), enxergar como aos poucos a ideologia do cotidiano vai adentrando nos sistemas ideológicos estruturados, como a educação, quando afirma na reportagem que a nova língua veio para ficar. Contudo, indicar que a nova língua não passa de uma modinha passageira é mais uma forma de silenciamento das minorias e supressão do contexto histórico-social de luta pela igualdade dos sexos e agora gêneros.

Prosseguindo, o poder simbólico das pesquisas que permeiam a reportagem endossam o dito que a tríade gênero neutro/sexualidade/juventude é verdadeira e dispensa refutações (MELLO, 2015). “Não é exagero afirmar que uma importante mudança geracional está em curso”; “Dados de um levantamento da agência de publicidade J. Walter Thompson mostram que 76% dos jovens brasileiros não dão importância à orientação sexual do outros”, “Outra pesquisa, coordenada pela psicóloga Luciana Mutti, em Porto Alegre, revelou que 20% dos adolescentes entrevistados já haviam tido relações com pessoas de ambos os sexos” (ALLEGRETTI, 2016, p. 65-67).

Perto do fim, a reportagem problematiza em torno da teoria *queer*, e acrescentam “Festejadíssima pela geração Z, a teoria sustenta que a sexualidade é fluída e que as preferências nessa área podem mudar ao longo da vida” (ALLEGRETTI, 2016, p. 66). Contudo, omitem que a teoria *queer*, movimento de contracultura, é um

deslocamento dos discursos acerca dos padrões e das normas que recaem não apenas sobre as sexualidades, mas também sobre as identidades de gênero. Dessa forma, a tratativa em não permitir a reflexão na sociedade sobre as identidades de gênero e das sexualidades, o que lançaria reflexões sobre o que é ser homem e masculino na contemporaneidade, leva a jornalista da reportagem, Fernanda Allegretti – uma mulher –, a desqualificar a teoria. Segundo a reportagem “Recentemente, a teoria queer, surgida nos anos 90, passou a ser contestada dentro dos próprios movimentos LGBT” (ALLEGRETTI, 2016, p. 68).

Finalizando a análise dois pontos ainda merecem a nossa atenção. O primeiro deles é que mencionam nessa díade sexualidade e, de forma tímida, gênero, uma das expoentes da teoria *queer*, Judith Butler, que não só defende o gênero como construção social, mas e que por meio de seu livro *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*, permitiu (re)pensar até mesmo o papel da língua, como agente de mudanças acerca da igualdade do feminino e dos demais gêneros perante o masculino.

O outro ponto que destacamos ao encerrar as análises é que a matéria retoma os três célebres homens do passado e como que se pedissem pela opinião deles afirmariam que “o mundo ficou mais complexo” (ALLEGRETTI, 2016, p. 69). A *fala* final desses três homens legitima que, em sociedades patriarcais, como a nossa, o homem é quem decide, quem dá o veredito final. É a fala que importa. Ou seja, nós homens não compactuamos com todas essas mudanças.

Considerações finais

Escrever um texto é fazer escolhas. Da formulação ideológica emergem as formações discursivas que apresentam o que pode e o que não pode ser dito. Essa asserção vale para este texto que foi produzido, mas também e o que nos interessa o *corpus* analisado.

Não é de hoje que grupos organizados, como os movimentos feminista e LGBTT, militam reivindicando a igualdade de gênero frente à matriz masculina heterossexual. A última ação em busca da equidade social dos mais plurais gêneros se deu por meio da palavra, tanto na formulação de novas palavras quanto na produção de efeito de sentidos.

Dessa forma, o *corpus* analisado permitiu identificar nos limites da interpretação como a palavra é espaço – arena – de disputa e negociação ideológica que se dá na e com palavra, signo ideológico. No entanto e referente à parte empírica, pudemos entender como a mídia – revista *Veja* – produziu um efeito de sentido na reportagem de capa que deslocou de seu sentido ideologia original o debate do gênero neutro. Ainda vale acrescentar que, mesmo a reportagem sendo assinada por uma jornalista, o que poderia dar outra visão sobre o que significa essas novas palavras, a mesma está a serviço de uma mídia conservadora e uma classe masculina dominante que privilegia a manutenção do *status quo* por meio da formação discursiva carregada de ideologia.

Referências

ALLEGRETTI, Fernanda. “Amigues para sempre”. *Veja*, ed. 2465, ano 49, n. 7, p. 62-69, fev. 2016.

BACCEGA, Maria Aparecida. *Palavra e discurso: literatura e história*. São Paulo: Ática, 1995.

_____. “O campo da comunicação”. In: BARROS FILHO, Clóvis; CASTRO, Gisela (Orgs.). *Comunicação e práticas de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2007.

_____. “Prefácio”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). *Estudos de comunicação e análise do discurso: teoria e prática*. São Paulo: Intermeios; Fapesp; ESPM. 2015.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. 4. ed. São Paulo: Hucitec, 1988.

DANTAS, Sílvia Góis. “Os estudos de linguagem, a análise do discurso francesa e sua presença na teoria e pesquisa das relações comunicação-consumo”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). *Estudos de comunicação e análise do discurso: teoria e prática*. São Paulo: Intermeios; Fapesp; ESPM. 2015.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena; SIFUENTES, Lírian. “As relações de classe e gênero no contexto de práticas orientadas pela mídia: apontamentos teóricos”. *E-compós*, v. 14, n. 2, p. 1-13, maio/ago. 2011. Disponível em: <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/655/523>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

FREIRE FILHO, João. “Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias”. *Famecos*, n. 28, p. 18-29, dez. 2005. Disponível

em:<<http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/447/374>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

GREGOLIN, Maria do Rosário. “Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades”. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 4, n. 11, p. 11-25. nov. 2007. Disponível em:<<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/105/106>>. Acesso em: 06 jun. 2016.

LONARDONI, Marines. “O discurso da ascensão, auge e queda de Antonio Palocci, na ótica das capas de *Veja*”. In: NAVARRO, Pedro (Org.). *Estudos do texto e do discurso: mapeando conceitos e métodos*. São Carlos: Claraluz, 2006.

MELLO, Felipe Correa de. “Análise do discurso sobre a política de cotas raciais para negros em uma reportagem da revista *Isto É* e em uma capa da revista *Veja*”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). *Estudos de comunicação e análise do discurso: teoria e prática*. São Paulo: Intermeios; Fapesp; ESPM. 2015.

MITRAUD, Francisco Silva. “O discurso jornalístico sobre o movimento das ruas: o que contam as manchetes de jornal sobre a mobilização popular de junho de 2013”. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). *Estudos de comunicação e análise do discurso: teoria e prática*. São Paulo: Intermeios; Fapesp; ESPM. 2015.

ORLANDI, Eni. *Terra à vista: discurso do confronto: velho e novo mundo*. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1990.

_____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 1999.

VILHAGRA, Leonardo Teixeira de Freitas Ribeiro. “Tod@s para todxs: por uma nova marcação de gênero na língua portuguesa”. In: SEMINÁRIO DE EDUCAÇÃO, DIVERSIDADE SEXUAL E DIREITOS HUMANOS, 3., 2014, Vitória. In: *Anais...* Vitória, 2014. p. 1-13. Disponível em:<http://www.2014.gepsexualidades.com.br/resources/anais/4/1404691549_ARQUIVO_TOD@SPARATODXSPORUMANOVAMARCAOCAODEGENERONALINGUA PORTUGUESA.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2016.