



## **Basta e basta: a projeção dos sujeitos consumidores de editoriais em dois momentos distintos da política brasileira (1964 e 2016 )<sup>1</sup>**

**Guy Pinto de Almeida Jr.<sup>2</sup>**

**ESPM**

### **Resumo**

Este artigo visa a compreensão dos efeitos de sentidos acerca da projeção do sujeito consumidor de dois editoriais *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) e *Chegou a hora de dizer: basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016). Compreendemos as similitudes, continuidades e afastamentos entres os dois discursos, a partir da análise de como os conceitos de governo, presidente, democracia e povo produzem sentidos nos textos. Nossa análise é efetivada a partir da aplicação dos conceitos de Antecipação, Formação Discursiva, Enunciação e condições de produções, todos da Análise de Discurso de linha francesa

**Palavras-chave:** comunicação e consumo; discurso jornalístico; sujeito consumidor; análise de discurso; Brasil;

### **Introdução – os editoriais como objeto de análise**

Este artigo tem por objetivo a compreensão de como o sujeito consumidor (receptor) é projetado em dois textos jornalísticos do gênero opinativo. Teremos como objetos de análise os editoriais: *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) e *Chegou a hora de dizer: basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016). Ambos os textos foram publicados por dois veículos de grande circulação, Correio da Manhã, do Rio de Janeiro, e O Estado de S. Paulo, de São Paulo (também conhecido como Estadão), às

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 9 Comunicação, Discursos da Diferença e Biopolíticas Do Consumo, do 6º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 14 e 15 de outubro de 2016.

<sup>2</sup> Mestre e doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM (PPGCOM-ESPM). Pesquisador do Grupo de Pesquisa CNPq Comunicação, discursos e biopolíticas do consumo da ESPM. [guyalmeidajr@gmail.com](mailto:guyalmeidajr@gmail.com).



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

vésperas de dois períodos decisivos na política no Brasil, o golpe civil-militar de 1964 e o processo de impedido da presidenta da república Dilma Rousseff, em 2016.

Nossa motivação em analisar esses dois editoriais se deu pelos seguintes motivos: a semelhança do título e dos momentos, históricos e políticos, do Brasil; e a possibilidade de verificarmos se a repercussão que a comparação entre os dois textos teve nas redes sociais digitais (em 2016) era justificada, a partir das instâncias discursivas dos textos. Dessa maneira, buscamos compreender, por meio do instrumental teórico metodológico da Análise de Discurso de linha Francesa (AD, a partir de agora) quais são as similitudes, as continuidades e os afastamentos discursivos entre os dois editoriais, e como estes trazem a projeção de seu receptor (sujeito consumidor) e, especialmente, se o texto comporta o sujeito da diferença nessa projeção.

O primeiro texto *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964), foi publicado na primeira página do extinto jornal Correio da Manhã, em 31 de abril de 1964, véspera da instauração do Golpe de 1964, que culminou em um período antidemocrático de 21 anos. Já *Chegou a hora de dizer: basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016) é uma publicação bem recente, de 13 de março de 2016, dia em que diversas manifestações a favor do Impeachment da presidenta Dilma Rousseff foram organizadas em todo o país.

Entendemos que nossa proposta de projeção do sujeito consumidor pode ser alcançada por meio da compreensão do mecanismo de Antecipação, pelo qual “todo sujeito tem a capacidade de experimentar, ou melhor, colocar-se no lugar em que seu locutor ‘ouve’ as palavras”, conforme nos esclarece a linguista Eni Orlandi. (2009, p. 39). Outro conceito análogo que utilizaremos é o *efeito pretendido*, definido pelos também linguistas Patrick Charaudeau e Dominique Maingueneau: “os efeitos que o sujeito comunicante pretende e busca produzir junto ao sujeito destinatário por ele suposto e construído de modo ideal” (CHARADEAU e MAINGUENEAU, 2016, p. 180).



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

Embora nossa análise busque este sujeito ideal, projetado pelo polo da produção, não nos esqueçamos que o sujeito da comunicação está longe de ser o ideal. Ele é complexo e interpelado pela ideologia e deve ser compreendido em uma situação de interação social, pois, como nos ensina Mikhail Bakhtin, o signo ideológico se realiza no processo da relação social (BAKHTIN, 2006, p. 44). Além disso, temos que considerar esse sujeito consumidor, enquanto consumidor dos discursos da mídia ou da imprensa, que é alguém que produz sentidos daquilo que consome de forma ativa, daí a pertinência de pensarmos em como, a partir da análise do endereçamento da mensagem, o receptor é projetado. A professora Maria Aparecida Baccega nos explica:

O consumidor não é um homem isolado, não é um mero repetidor de valores e de escolhas. Ele é membro ativo da sociedade em que vive, nos limites de cuja estrutura terá opções. Trata-se do sujeito ativo, mesmo conceito presente também nos estudos de recepção, ou seja, são os mesmos sujeitos que vão formar o “consumo ativo” (BACCEGA, 2011)

Em nossa análise, o produto a ser consumido por este consumidor ativo são os editoriais. Cabe explanar ainda as características desses textos. São textos jornalísticos do gênero opinativo que exprimem a opinião do veículo sobre temas diversos contemporâneos, segundo o professor José Marques de Melo, um editorial:

Expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento. Espaço de contradições e de difusão de opiniões das forças que mantêm a instituição jornalística (proprietários, editores, acionistas, anunciantes, leitores). Sinaliza a opinião pública, pretendendo nela influir. (MARQUES DE MELO apud ASSIS, 2014, p. 442)

Como dito acima, à primeira vista, especialmente nas redes sociais, muito se proclamou que o texto mais recente, *Chegou a hora de dizer Basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016), tratava-se de uma imitação, inspiração ou influência do texto mais antigo, simplesmente por conta das semelhanças no título e no momento histórico. A análise feita pelo pesquisador Dairan Paul, *Estadão imita editorial do Correio da Manhã publicado em março de 1964* (2016) exalta essas semelhanças, fixando sua



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

argumentação a partir de uma abordagem histórica do jornalismo e focando sua crítica da cobertura jornalística do momento político atual.

Entendemos como muito importante a análise do colega, porém, gostaríamos de trazer um outro olhar para esta comparação. O olhar do discurso, voltado não para “o que” as palavras dos textos nos dizem, mas “como” elas nos dizem, em um texto que produz efeitos de sentidos, pois ele necessariamente está inserido em um contexto no qual atuam a história, o social e a ideologia, daí a justificativa de trabalharmos com a ADF.

A Análise de Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2009, p. 15)

Ao analisarmos as opiniões dos dois periódicos temos interesse na palavra em sua interação com e na sociedade, carregada de sentidos e produzindo tantos outros, como aponta a linguista Helena H. Nagamine Brandão:

a linguagem enquanto discurso conseguiremos projetar, por conta da interação a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia. (BRANDÃO, 2004, p. 11)

Para realizar sua análise, o analista deve abordar o texto em posição não neutra, relativizada em relação à interpretação e atravessar “o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito” (ORLANDI, 2009, p. 61). Dessa maneira, para atingir nossos objetivos utilizaremos o seguinte protocolo de análise:

1. analisar os discursos dos dois textos, considerando os conceito-chaves da ADF, como: interdiscurso, enunciação, condições de produção e formação discursiva, a partir da apreensão das seguintes reformulações ou relações parafrásticas: governo, presidente da república, democracia e povo;



2. Compreensão de como são projetados os sujeitos consumidores para esses editoriais, por meio da compreensão do conceito de antecipação (IDEM).

### **Dois bastas, dois editoriais, quantos sujeitos consumidores projetados?**

Para iniciar, acreditamos ser importante nos atermos ao termo “*Basta!*”, presente e exclamado como um imperativo nos dois títulos. Segundo seu significado, inscrito no *Grande Dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa* (LAROUSSE, 1999), “basta” é uma interjeição “usada para fazer cessar algo que atingiu o limite suportável”.

Para a nossa análise, essa definição pouco ou quase nada nos interessa, pois reduziria a interpretação unicamente e exclusivamente à instância do intradiscurso e não consideraria o contexto no qual a palavra produz sentidos. Estaríamos, portanto, trabalhando somente na esfera da literalidade, desprezando a constituição de sujeitos e sentidos:

(...) não há sentidos ‘literais’ (...), os sentidos e os sujeitos se constituem em processos em que há transferências, jogos simbólicos dos quais não temos o controle e nos quais o equívoco – o trabalho da ideologia e do inconsciente – estão largamente presentes (ORLANDI, 2009, p. 60)

Compreendemos que “basta”, para além de seu sentido literal, é uma palavra que está inscrita na história. Assim, ela é atualizada a todo momento em que é falada novamente, seja em 1964 e ou em 2016. Com isto temos o que chamamos de memória discursiva, ou interdiscurso, que “é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente” (ORLANDI, 2009, p. 31). É a partir dessa abordagem da palavra que saímos de sua superficialidade linguística e a apreendemos como um discurso, imerso nos jogos simbólicos entre os sentidos e os sujeitos.

Com base na exposição, ao utilizar “*Basta!*”, em seu título, o editorial d’O Estado de S. Paulo conversa com o do Correio da Manhã retomando sua



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

interdiscursividade, em um contexto no qual a crise política se assemelha a 1964. *Chegou a hora de dizer Basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016) evoca a constituição (memória) e formulação (atualização) do termo, pois o interdiscurso ou a memória discursiva, que trata daquilo que torna possível o dizer e que retorna sob a forma do já dito. (IDEM).

Não se trata de uma intertextualidade entre os títulos, pois há uma ruptura nos processos de significação. Isso nos faz pensar sobre a questão da imitação entre um texto e outro para a qual não há, por meio de nosso dispositivo de análise garantir que os editorialistas do Estadão tiveram a intenção de imitar o editorial, pois a palavra basta é uma comum a períodos de esgotamento político. Porém é evidente que há uma relação de memória na construção do título mais recente, especialmente se considerarmos a situação de enunciação – ou o lugar onde “brota” o discurso, como aponta a professora Maria Aparecida Baccega (1995, p. 53) –, que é muito semelhante. Partiremos agora para a análise das palavras: governo, presidente, democracia e povo, considerando também suas reformulações parafrásticas nos discursos dos editoriais. Quando analisamos os efeitos de sentido em torno das relações de paráfrase da palavra governo, temos em *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) que o governo, e todas suas reformulações, é a causa da desordem política que assolava o país na época. Interessante compreender isso ao observar a presença de expressões como, “Caos em todos os sentidos”, “Farsa”, “responsável pela guerra psicológica”, “clima de intranquilidade e insegurança”, “faz o Brasil sofrer” (IDEM). Destacamos o trecho abaixo:

Basta de farsa. Basta da guerra psicológica que o próprio Governo desencadeou com o objetivo de convulsionar o País e levar avante a sua política continuísta. Basta de demagogia, para que, realmente, se possam fazer as reformas de base. (CORREIO DA MANHÃ, 1964, p. 1)

Há de levarmos em consideração também que a crítica elaborada pelo jornal é motivada por um contexto no qual o então presidente, João Goulart, promove algumas



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

medidas que mexem com os interesses das elites conservadoras do país, dentre os quais podemos citar a retomada de relações com a China (país comunista, em meio ao contexto da Guerra Fria) e uma tentativa de reforma agrária. Em reação às medidas e crise política já instaurada, o editorial traz a expressão “Política continuísta” (IDEM), que é muito cara à nossa análise.

Vamos abordar a expressão em torno do conceito de formação discursiva, ou regiões do interdiscurso, nos quais as palavras assumem seus significados. Segundo Orlandi (2009, p. 43): “A formação discursiva se define como aquilo que uma formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito”.

Pela definição de formação discursiva descrita acima e analisando o contexto sócio-histórico de construção do discurso, podemos depreender que “Política continuísta”, está inscrita em uma formação discursiva de inclinação conservadora, pois a continuidade, segundo o efeito de sentido, diz respeito a um “regresso”, ou uma conversação a uma política comunista. O que não era exatamente o caso na época.

Com este exemplo, percebemos claramente que as palavras, embora estejam inscritas em determinadas formações discursivas, poderiam estar em outras. Por exemplo, caso o discurso fosse em torno de uma crítica ao avanço da política conservadora, poderia também se usar a expressão “Política continuísta”. O que importa para nós é ver que para além do texto há um jogo de sentidos que faz da mesma expressão sentidos diferentes, conforme a atuação da ideologia.

No editorial *Chegou a hora de dizer Basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016), podemos dizer que a ideia de governo (o atual em questão e não em sentido amplo) é colocada em desabono e descrédito. Podemos compreender esse movimento nos trechos por meio de um discurso o governo é trazido como um espaço de “farsa”, “escândalos inéditos”, “algo que está se esboroando” e “privilégios aos amigos” (IDEM). Vamos analisar o seguinte trecho:



Que as famílias indignadas com a crise moral representada por esse desgoverno não se deixem intimidar pelo rosar da matilha de petistas e agregados, cujo único interesse na manutenção de Dilma na Presidência é preservar a boquinha à qual se habituaram desde que o PT chegou ao poder (O ESTADO DE S. PAULO, 2016).

Chama-nos a atenção a utilização da palavra “desgoverno”. Além de a expressão reforçar a ideia de desabono do então governo Dilma Rousseff, citada acima, podemos refletir sobre esta construção a partir do conceito de *Condições de produção*. Este não se designa apenas o ambiente material (a língua e sua historicidade) e o institucional (a formação social), mas também as representações imaginárias para constituição do discurso (MAINGUENEAU, 2006, p. 30; ORLANDI, 2009, p. 40). Posto isso, compreendemos que “desgoverno” se constitui a partir do imaginário da desordem. Isso é feito de forma medida, pois como o trecho nos indica há uma disputa por poder, por tomá-lo do Partido dos Trabalhadores, que o conseguiu por meio do voto. Esse movimento de desabona e deslizamentos metafóricos produzem efeitos de sentido em favor do impedimento da presidenta Dilma Rousseff.

Vamos então à ideia de presidente da república e suas reformulações parafrásticas. Pelos discursos dos editoriais são produzidos efeitos de sentidos nos quais ambos os presidentes (João Goulart e Dilma) são responsáveis pela situação caótica do país. A congruência se dá nos enunciados que são muito parecidos. Enquanto Jango “abusa da paciência do povo”, é indisciplinado, demagogo, perturba a nação, atormenta o regime, possui “interesses inconfessáveis” e não tem capacidade (CORREIO DA MANHÃ, 1964), Dilma cansa os brasileiros, “não honra o cargo que ocupa”, “é o principal entrave para a recuperação nacional”, é incompetente, incapaz de governar, corrupta e deveria ter a grandeza de renunciar “sem vocação nem para a política nem para a administração”.

Até este ponto da análise, temos muitas similitudes e continuidades entre os dois editoriais, ambos se baseiam em fatores discursos de desabono para desconstruir estruturalmente os conceitos de governo e presidente da ocasião. Vale mencionar que ambos presidentes foram eleitos dentro do rigor democrático.



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

Passemos agora para a produção de sentidos em torno da democracia nos dois textos é a partir deste ponto que os textos começam a se distanciar. No caso da análise do conceito de democracia, a partir da própria palavra e de suas paráfrases, temos a maior distância entre os dois textos, considerando nosso dispositivo de análise. Um afastamento claro que parece indicar que a diferença de projeção do sujeito consumidor desses discursos.

O editorial *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) é construído sob a retórica dos benefícios e da manutenção do processo democrático. “Constituição”, “Congresso”, “liberdades democráticas”, “legalidade constitucional”, “imprensa” (IDEM) são algumas das expressões que valorizam a democracia. Além disso, há uma certa condenação de quaisquer soluções que ocorressem contra a democracia, fato que a história, como sabemos, não confirmou. O trecho abaixo demonstra a ideia:

Queremos o respeito à constituição. Queremos as reformas de base votadas pelo Congresso. Queremos a intocabilidade das liberdades democráticas (...) É admissível que o Sr. João Goulart termine o seu mandato de acordo com a Constituição. Este grande sacrifício de tolerá-lo até 1966 seria compensador para a democracia. Mas, para isto, o Sr. João Goulart terá de desistir de sua política atual, que está perturbando uma Nação em desenvolvimento e ameaçando de levá-la à guerra civil.

A Nação não admite nem golpe nem contragolpe. Quer consolidar o processo democrático para a concretização das reformas essenciais de sua estrutura econômica. Mas não admite que seja o próprio Executivo, por interesses inconfessáveis, quem desencadeie a luta contra o Congresso, censure o rádio, ameace a imprensa e, com ela, todos os meios de manifestações do pensamento, abrindo o caminho à ditadura. (CORREIO DA MANHÃ, 1964)

Já no segundo texto, *Chegou a hora de dizer: basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016), em momento algum a democracia ou qualquer paráfrase em torno da palavra é vista no discurso. O texto se baseia em uma enunciação que promove o princípio da legalidade, como se esta, no caso brasileiro, não fosse fundada nos princípios democráticos, como é o caso da Constituição de 1988.



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

Quaisquer menções aos processos eleitorais são despercebidas no âmbito da democracia, aparecendo apenas uma vez, ainda assim marcada pela desvalorização e insinuação de falsidade:

Mesmo assim, graças a uma campanha eleitoral baseada no medo e em mentiras de todo tipo, Dilma conseguiu se reeleger – para levar o País a um dos mais calamitosos períodos recessivos de sua história e a uma aguda crise política e moral. (O ESTADO DE S. PAULO, 2016, p. 3)

Cremos que os efeitos de sentidos evocados pelo Estadão, aponta para uma sociedade, que apesar de ter passado 21 anos em um regime de exceção, tolera flexibilizações, ou até a extinção, da democracia, desde que coincida com seus interesses ideológicos.

Deixamos por último a análise dos efeitos sentidos de povo evocados nos dois textos, pois é em torno deste conceito que a projeção do sujeito consumidor são as mais distantes nos dois editoriais.

Em *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964), o conceito de povo brasileiro é amplo único e articulado. As diferentes classes sociais estão juntas no isolamento do presidente João Goulart, embora não seja o reflexo do que ocorria nas ruas. É pela discursividade do texto que compreendemos classe média e classe operária são faces da mesma moeda. Uma única luta em torno de alguém que os desespera. Assim, nação, proprietários e camponeses, sindicatos, forças armadas, opinião pública estão todas juntas.

Não contente de intranquilizar o campo, com o decreto da Supra, agitando igualmente os proprietários e os camponeses, de desvirtuar a finalidade dos sindicatos, cuja missão é a das reivindicações de classe, agora estende a sua ação deformadora às Forças Armadas, destruindo de cima a baixo a hierarquia e a disciplina, o que põe em perigo o regime e a segurança nacional. (CORREIO DA MANHÃ, 1964),

Já no Estadão temos um discurso que mobiliza o confronto de dois grupos, a saber: quem é a favor e quem é o contra o governo Dilma Rousseff. Esse binarismo é defendido por todo o texto e, para além disso, o jornal claramente valoriza como o



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

grupo que é contra a presidenta, evocando valores conservadores como a família, a boa conduta e moral. Veja o trecho abaixo.

Que as famílias indignadas com a crise moral representada por esse desgoverno não se deixem intimidar pelo rosar da matilha de petistas e agregados, cujo único interesse na manutenção de Dilma na Presidência é preservar a boquinha à qual se habituaram desde que o PT chegou ao poder (O ESTADO DE S. PAULO, 2016)

Muitos aspectos deste trecho justificam a ideia de oposição entre o bem e o mal. O bem são as famílias, que estão indignadas, e o mal é representado pelo grupo que defende quem está no governo. Este grupo é alcunhado inclusive como “Matilha” e “Tigrada” (em outro trecho, mais adiante), clara menção inscrita em uma formação discursiva preconceituosa, pois relaciona o grupo aos animais.

Em outro trecho, fica ainda mais evidente esses dois grupos opostos que compõem a sociedade brasileira, segundo o jornal, onde não há espaço para quem defende o governo: “Já ficou claro, no entanto, que esse punhado de irresponsáveis nada pode contra a maioria dos brasileiros honestos”. (IDEM)

A produção de sentido de povo no editorial é baseada em formações discursivas conservadoras e divide-se em dois grupos: o positivo, (“Manifestações populares”, “famílias indignadas”, “cidadãos comuns”, “brasileiros de bem” (IDEM); e o negativo (“Minoria marginal defensores de privilégios”, “boas vidas”, “matilha”, “tigrada” (IDEM)). Veja o trecho onde a oposição é reforçada:

(...) restou aos petistas insinuarem que os cidadãos comuns, aqueles que não se organizam em sindicatos ou “movimentos sociais” destinados, por incrível que pareça, a defender privilégios, correm algum risco se forem às ruas. (O ESTADO DE S. PAULO, 2016)

Podemos ainda dizer que a expressão “opinião pública” é o único coincidente nos dois no que se refere a povo. Porém, o deslizamento metafórico que a palavra assume em *Chegou a hora de dizer: basta!* reforça a ideia que a opinião pública se assemelha a uma massa de manobra.



Essa turma é hoje minoritária, quase marginal, totalmente destituída da força que um dia teve, quando seduzia a parte ingênua da opinião pública nacional com a promessa de um governo de vestais, empenhado apenas em promover a justiça social. (O ESTADO DE S. PAULO, 2016)

### **Considerações finais: a análise do discurso e a projeção do consumidor**

A partir desta análise, compreendemos que os dois discursos analisados *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) e *Chegou a hora de dizer: basta!* (O ESTADO DE S. PAULO, 2016) possuem muitas aderências, especialmente se considerado o contexto sócio-político brasileiro nos dois períodos.

Dentre as similitudes e continuidades entre os discursos, podemos observar os conceitos de governo e presidente produzem sentidos muito próximos nos dois textos. Já democracia e povo se distanciam muito. Diante disso, podemos compreender que como efeito de sentido geral dos dois textos, o Estadão pede a renúncia a partir de uma postura unilateral de democracia, a democracia das “pessoas de bem”, ao passo o Correio da Manhã pede a legitimação das instâncias democráticas.

Vale ressaltar ainda que o discurso promovido pelo jornal paulista na atualidade, ao polarizar os grupos (a favor e contra o governo) é ladeado pelo ódio e pelo esvaziamento dos mecanismos e instituições democráticas (voto, congresso, Constituição, dentre outros), tanto que não temos nem democracia, tampouco reformulações parafrásticas do termo em todo o discurso analisado.

Conforme nossa análise, os “bastas!” dos títulos, têm em si uma relação de interdiscursividade, porém, a despeito do que muito se falou nas redes sociais, dificilmente podemos pensar em uma apropriação simplista do editorial mais antigo pelo mais recente. Não se trata de uma mera imitação, como quiseram os discursos das redes sociais, mas de retomada e atualização de um sentido inscrito na história.

Sobre a projeção do sujeito consumidor (receptor) desses discursos, podemos afirmar que o sujeito projetado em *Basta!* (CORREIO DA MANHÃ, 1964) é o sujeito inserido em um contexto democrático, no qual a retórica supõe uma unidade na qual as



PPGCOM ESPM // SÃO PAULO // COMUNICON 2016 (13 a 15 de outubro de 2016)

---

diferenças ideológicas são respeitadas e toleradas. Já em *Chegou a hora de dizer: basta!*, o receptor projetado é o que concorda com as diretrizes editoriais do jornal, que não por acaso se mostram conservadoras nos discursos analisados.

Pelo prisma da Comunicação e consumo, entendemos que esta análise como um todo nos convoca a pensar para o que enuncia o antropólogo Néstor Garcia Canclini:

Ainda em situações plenamente modernas, o consumo não é algo “privado, atomizado e passivo”, sustenta Appadurai, mas sim “eminentemente social, correlativo e ativo”, subordinado a um certo controle político das elites. Os gostos dos setores hegemônicos têm uma função de “funil”, a partir da qual vão sendo selecionadas as ofertas exteriores e fornecidos modelos políticos-culturais para administrar as tensões entre o próprio e o alheio. (CANCLINI, 2010, p. 66)

Não sabemos se os sujeitos consumidores projetados são realmente os que se efetivam, porém podemos num futuro pensar em uma pesquisa de recepção com os dois textos para comparar os resultados.



## Referências

ASSIS, Francisco de. **Jornalismo diversional: função, contornos e práticas na imprensa brasileira**. 2014. 444 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2014.

BACCEGA, Maria A. Inter-relações comunicação e consumo na trama cultural: o papel do sujeito ativo. In: CARRASCOZA, J. A.; ROCHA, R. D. M.; (ORGS.) **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011. p. 26-44.

\_\_\_\_\_. **Palavra e discurso: literatura e história**. São Paulo: Ática, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.

BRANDÃO, Heloísa. N. **Introdução à análise do discurso**. 2ª. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2004.

CANCLINI, Néstor. G. **Consumidores e Cidadãos**. 8ª. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

CHARADEAU, Patrick.; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. 3ª. ed. São Paulo: Contexto, 2016.

CORREIO DA MANHÃ. *Basta! Correio da manhã*, Rio de Janeiro, p. 1, 31 março 1964.

LAROUSSE. **Grande dicionário Larousse Cultural da Língua Portuguesa –regras ortográficas e gramáticas**. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

O ESTADO DE S. PAULO. Chegou a hora de dizer: *basta! O Estado de S.Paulo*, São Paulo, p. 3, mar. 2016.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 8ª. ed. Campinas: Pontes, 2009.

PAUL, Dairan. Estadão imita editorial do Correio da Manhã publicado em março de 1964. **Observatório da Imprensa**, 15 Março 2016. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/crise-politica/estadao-imita-editorial-do-correio-da-manha-publicado-em-marco-de-1964/>>.