

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA**

**O GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE: REENUNCIÇÃO,  
ENQUADRAMENTO E VALORAÇÃO DO DISCURSO DO OUTRO**

**NÍVEA ROHLING DA SILVA**

ORIENTADORA: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosângela Hammes Rodrigues

FLORIANÓPOLIS

2007

**NÍVEA ROHLING DA SILVA**

**O GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE: REENUNCIÇÃO,  
ENQUADRAMENTO E VALORAÇÃO DO DISCURSO DO OUTRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Lingüística da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para obtenção do Título de Mestre em Lingüística, na área de concentração de Lingüística Aplicada.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosângela Hammes  
Rodrigues

FLORIANÓPOLIS

2007

**NÍVEA ROHLING DA SILVA**

**O GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE: REENUNCIÇÃO,  
ENQUADRAMENTO E VALORAÇÃO DO DISCURSO DO OUTRO**

Dissertação aprovada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Lingüística, pelo Programa de Pós-Graduação em Lingüística da Universidade Federal de Santa Catarina, na área de concentração Lingüística Aplicada.

**BANCA EXAMINADORA:**

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosângela Hammes Rodrigues  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Prof. Dr. Adair Bonini  
Universidade do Sul (UNISUL)

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Simone Bueno Borges da Silva  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

**Florianópolis, 29 de agosto de 2007.**

Ao meu marido, Léo, pela paciência, pelas palavras  
de incentivo e pelo companheirismo.

## AGRADECIMENTOS

Ao Léo, companheiro de tantos anos, por ter estado ao meu lado durante toda essa trajetória.

A minha mãe e meu pai (*in memoriam*), pelas lições fundamentais de vida.

A toda minha família (irmã, cunhados, sogro e sogra, sobrinhos), pelas palavras de incentivo.

Aos amigos que fiz durante as disciplinas do mestrado, que me motivaram e me fizeram crescer no percurso acadêmico.

Aos amigos Nara e Rodrigo, pela parceria e pelos “eventos bakhtinianos” durante os trabalhos do nosso grupo de pesquisa.

Às amigas Ana Paula e Nara, pela leitura crítica e atenta.

Ao amigo Thiago, pela contribuição nos “ajustes” finais da dissertação.

A todos os amigos que “torceram” por mim.

A uma amiga especial, Denise Moser, que me amparou várias vezes.

Aos Professores Doutores da PGL: Marco Antônio Esteves da Rocha, Nilcéa Lemos Pelandré, Roberta Pires de Oliveira, Rosângela Hammes Rodrigues, Simone Bueno Borges da Silva e Terezinha de Moraes Brenner.

Aos Professores Doutores Adair Bonini (UNISUL) e Simone Bueno Borges da Silva (UFSC), pelas sábias contribuições durante o Exame de Qualificação.

À CAPES, pela bolsa que me foi concedida durante dois semestres de curso.

Ao grande parceiro desta pesquisa, o jornalista Camilo Vannuchi, por confiar a mim seu trabalho e sua experiência no cotidiano de uma revista.

A minha orientadora, Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Rosângela Hammes Rodrigues, pela paciência, pela amizade, pela orientação precisa e segura, por ter confiado em mim desde o início e, principalmente, pelas ricas “lições bakhtinianas”.

Enfim, a todos que direta ou indiretamente contribuíram para esta pesquisa, a todos vocês, minha gratidão e meu carinho.

A vida é dialógica por natureza. Viver significa participar de um diálogo: interrogar, escutar, responder, concordar etc. Neste diálogo o homem participa todo e com toda a sua vida: com os olhos, os lábios, as mãos, a alma, o espírito, com o corpo todo, com suas ações. Ele se põe todo na palavra, e esta palavra entra no tecido dialógico da existência humana, no simpósio universal.

(BAKHTIN)

## RESUMO

O objetivo desta pesquisa é elaborar uma análise interpretativa do gênero do discurso **entrevista pingue-pongue** do jornalismo de revista. A **fundamentação teórico-metodológica insere-se na linha dialógica da linguagem e dos gêneros do Círculo de Bakhtin**. Os dados de pesquisa são compostos por todas as 52 (cinquenta e duas) **entrevistas pingue-pongues**, publicadas em três revistas semanais de circulação nacional, **CartaCapital, ISTOÉ e Veja**, no período de 4 de outubro a 8 de novembro de 2006, época de cobertura do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil. A metodologia de análise e de apresentação dos dados baseou-se em Rodrigues (2001), que propõe duas grandes categorias de análise interligadas entre si: a dimensão social e a dimensão verbal do gênero pesquisado. Na **dimensão social** do gênero, consideramos como elementos relevantes as particularidades da esfera sócio-discursiva do jornalismo e jornalismo de revista (segmentação da esfera do jornalismo) e a situação de interação discursiva que se estabelece entre autor e leitor, mediada pela esfera jornalística. A autoria do gênero é de responsabilidade da esfera do jornalismo e ocorre em uma relação de co-autoria entre jornalista e editoria. O interlocutor previsto corresponde ao leitor da revista; sendo este um leitor de revista semanal de informação que tem interesse pelos diversos acontecimentos sociais da atualidade. Já a partir da análise da **dimensão verbal**, podemos dizer que o gênero entrevista pingue-pongue constitui-se em um enunciado citado da entrevista face a face e, mais que isso, em uma reenunciação dessa na qual ocorre um enquadramento do discurso do entrevistado, que é valorado na entrevista pingue-pongue. Destacamos as regularidades ligadas ao horizonte temático do gênero, que permitiram o seguinte agrupamento das entrevistas: a) entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado; b) entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais. Apesar desse agrupamento, consideramos que o efetivo conteúdo temático da entrevista centraliza-se no entrevistado e seu discurso, o que justifica a acentuada valoração axiológica nesse gênero, uma vez que esse “homem” (o entrevistado) já vem envolvido em um “fundo” aperceptivo dos discursos alheios. Assim, o horizonte valorativo se sobressai aos demais horizontes (temporal, espacial e temático), o que equivale a dizer que é a valoração axiológica que está “orquestrando” a entrevista pingue-pongue; ela permite o gênero de “movimentar” na edição. A valoração axiológica se semiotiza no gênero a partir de índices sociais de valor que são: o lugar de ancoragem na revista, o papel social do entrevistado, a extensão textual do gênero e o conteúdo semântico objetual das perguntas e das respostas. A partir do lugar de ancoragem na revista foi possível agrupar as entrevistas em: a) entrevistas pingue-pongues nucleares; b) entrevistas pingue-pongues nucleares satélites. As entrevistas nucleares são publicadas nas páginas vermelhas e nas seções principais da revista ISTOÉ, nas páginas amarelas e seções principais da revista Veja e em qualquer seção na CartaCapital. São as entrevistas que mantêm independência temática e ocupam os espaços mais privilegiados nas edições das revistas. As entrevistas satélites, a seu turno, são publicadas em seções diversas como, por exemplo, as seções destinadas a colunismo social (Holofote (Veja) e Gente (Veja)), nas seções dedicadas a discutir os “bastidores” da política nacional (Brasil Confidencial (ISTOÉ)) e nas seções que discutem comportamento, profissão, saúde, etc. (Seção GUIA Veja (Veja)). As entrevistas satélites, não raras vezes, cumprem a tarefa de “completar” e/ou “reafirmar” um “já-dito” na edição da revista, e ainda caracterizam-se por “disputar espaço” com outros gêneros dentro de uma mesma página, o que significa dizer que têm um lugar menos privilegiado na revista. Em síntese, a análise dos índices sociais de valor mostrou que o



“fio condutor” do gênero pesquisado é o entrevistado e o seu discurso, que é “encharcado” de valorização, é “desacreditado”, é “contestado” ou “enaltecido”, a partir de seu papel social validado pelas “opiniões” sociais e pelos já-ditos sobre esse objeto (entrevistado e seu discurso).

Palavras-chave: entrevista pingue-pongue; gênero do discurso; jornalismo de revista.

## ABSTRACT

In the present research we elaborated an interpretative analysis of the speech genre **ping-pong interview** from the magazine journalism. **The theoretical-methodological basis inserts itself in the dialogical line of language and of genres of Bakhtin's Circle.** The research data is composed by all the 52 (fifty two) ping-pong interviews published in three weekly magazines of national circulation (**CartaCapital, ISTOÉ e Veja**), from October 4<sup>th</sup> to November 8<sup>th</sup>, 2006, a period of time during which it was performed the coverage of the second round of the presidential elections in Brazil. The methodology of analysis and of data presentation was based on the proposal of Rodrigues (2001), who suggests two great categories of analysis, interconnected to each other: the social dimension and the verbal dimension of the researched genre. In the **social dimension** of the genre, we highlighted the discursive situation that is established between the author and the reader, mediated by the journalistic sphere. The genre's authority is under the responsibility of the journalism sphere and happens in a co-authorial relation between the journalist and the press. The previewed interlocutor corresponds to the magazine reader; it refers to a reader of an information weekly magazine who is interested in the several present social happenings. On the other hand, from the analysis **of the verbal dimension**, we can say that the genre constitutes itself into a reported utterance of the face-to-face interview, and more than that, it can be seen as a re-utterance of the face-to-face interview, where the speech of the interviewed, which is valued in the ping-pong interview, is framed. We highlighted the regularities connected to the genre's thematic horizon, which allowed the following grouping of interviews: a) ping-pong interviews which object of discourse is the interviewed person itself; b) ping-pong interviews which object of study is the set of social happenings. Despite this grouping, we considered that the thematic content of the interview refers to the interviewed and its speech, what justifies the high axiological valuation of this genre, as long as this "human being" (the interviewed) already comes involved into the aperceptive "background" of the alien speeches. Then, we could notice that the valuation horizon raised itself over the other horizons (temporal, spatial and thematic), in other words, it is the axiological valuation that is "orchestrating" the ping-pong interview. The axiological valuation is semiotized in the genre from social indexes that are: the genre's anchoring place in the magazine, the social role of the interviewed, the textual extension of the genre and the semantic objectal content of questions and answers. From the anchoring place in the magazine it was possible to group the interviews in: a) nuclear ping-pong interviews; b) satellite ping-pong interviews. The nuclear interviews are published on the red pages and in the main sections of ISTOÉ magazine, on the yellow pages and in the main sections of Veja magazine and in any section of CartaCapital magazine. The nuclear interviews keep thematic independence and fill the most valued spaces in the magazine editions. The satellite interviews, on the other hand, are published in different sections, as the sections reserved to articles about people/society (Holofote (Veja) and Gente (Veja)), in the sections reserved to discussing the "backstage" of national policy (Brasil Confidencial (ISTOÉ)) and in the sections that discuss behavior, profession, health, etc. (Seção GUIA Veja (Veja)). The satellite interviews, not rarely, must "complete" and/or "reaffirm" an "already said" in the edition of the magazine: They "fight for space" with other genres on the same page, on other words they have a less valued place in the magazine. The analysis of the social indexes of value showed that the "guideline" in the researched genre is the interviewed and its speech, which is "soaked" of valuation, and "disbelieved", "contested" or "exalted", as its social role is validated by the social "opinions", by the already-said over this object (interviewed and its speech).

Key-words: ping-pong interview; speech genres; magazine journalism.

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>13</b>
<b>LISTA DE TABELAS .....</b>	<b>14</b>
<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>15</b>
<b>1 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>20</b>
1.1 A CONCEPÇÃO DIALÓGICA DA LINGUAGEM.....	21
1.2 A NATUREZA SÓCIO-IDEOLÓGICA DA LINGUAGEM.....	24
1.3 O DISCURSO EM BAKHTIN: UM FENÔMENO CONCRETO, COMPLEXO E MULTIFACETADO ....	27
1.4 A UNIDADE CONCRETA DA COMUNICAÇÃO DISCURSIVA: O ENUNCIADO.....	30
1.5 OS TIPOS RELATIVAMENTE ESTÁVEIS DE ENUNCIADOS: OS GÊNEROS DO DISCURSO .....	34
<b>2 PERCURSO METODOLÓGICO .....</b>	<b>39</b>
2.1 O OBJETO DA PESQUISA.....	39
2.2 A OPÇÃO PELO JORNALISMO DE REVISTA .....	41
2.3 SELEÇÃO E DESCRIÇÃO GERAL DOS DADOS DE PESQUISA .....	44
2.4 CONTEXTUALIZAÇÃO DAS REVISTAS.....	45
2.4.1 Revista CartaCapital.....	46
2.4.2 Revista ISTOÉ .....	47
2.4.3 Revista Veja .....	49
2.5 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE E DE APRESENTAÇÃO DOS DADOS .....	50
<b>3 A DIMENSÃO SOCIAL DO GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE.....</b>	<b>56</b>
3.1 A ESFERA SÓCIO-DISCURSIVA DO JORNALISMO .....	57
3.1.1 Os gêneros da esfera jornalística e suas categorizações .....	63
3.1.2 O jornalismo de revista .....	66
3.1.2.1 <i>Um breve histórico do jornalismo de revista</i> .....	67
3.1.2.2 <i>Definindo o jornalismo de revista</i> .....	70
3.2 O(S) GÊNERO(S) “ENTREVISTA” NA VOZ DO OUTRO .....	79
3.3 OS HORIZONTES TEMPORAL E ESPACIAL.....	87
3.4 OS PARTICIPANTES DA INTERAÇÃO .....	90
3.4.1 O leitor previsto .....	97
3.4.2 A questão da autoria.....	97
<b>4 A DIMENSÃO VERBAL DO GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE.....</b>	<b>107</b>
4.1 O HORIZONTE TEMÁTICO .....	107
4.1.1 As relações dialógicas .....	116
4.1.2 O enquadramento do discurso.....	116
4.1.3 O projeto discursivo .....	126
4.2 O HORIZONTE VALORATIVO: OS ÍNDICES SOCIAIS DE VALOR .....	129
4.2.1. O lugar de ancoragem na revista .....	132
4.2.2 O papel social do entrevistado .....	138
4.2.3 A extensão textual do gênero .....	147
4.2.4 O conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas.....	161
4.3 A COMPOSIÇÃO LINGÜÍSTICO-TEXTUAL .....	175
4.3.1 A intercalação de gêneros .....	178
4.3.2 O verbo-visual.....	181
4.4 O GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE NA VOZ DESTA PESQUISA .....	190
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>202</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>205</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS DOS DADOS DE PESQUISA.....</b>	<b>209</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>213</b>

<b>ANEXO 1 - ENTREVISTADORES E ENTREVISTADOS DA REVISTA CARTACAPITAL .....</b>	<b>214</b>
<b>ANEXO 2 - ENTREVISTADORES E ENTREVISTADOS DA REVISTA ISTOÉ .....</b>	<b>215</b>
<b>ANEXO 3 - ENTREVISTADORES E ENTREVISTADOS DA REVISTA VEJA .....</b>	<b>216</b>
<b>ANEXO 4 - ENTREVISTA COM O VENCEDOR DO PRÊMIO NOBEL DA PAZ MUHAMMAD YUNUS (CARTACAPITAL).....</b>	<b>217</b>
<b>ANEXO 5 – ENTREVISTA COM LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA (ISTOÉ).....</b>	<b>219</b>
<b>ANEXO 6 - ENTREVISTA COM GERALDO ALCKMIN (ISTOÉ).....</b>	<b>224</b>
<b>ANEXO 7 – ENTREVISTA COM O FILÓSOFO DAVID LIVINGSTONE SMITH (VEJA).....</b>	<b>228</b>
<b>ANEXO 8 – ENTREVISTA COM AUTOR DE LIVROS DE <i>BEST-SELLER</i> HARV EKER (VEJA)...</b>	<b>233</b>
<b>ANEXO 9 – ENTREVISTA COM HELENA MORAES (VEJA) .....</b>	<b>234</b>
<b>ANEXO 10 – ENTREVISTA COM LUCIANA VENDRAMINI (VEJA) .....</b>	<b>235</b>
<b>ANEXO 11 – ENTREVISTA COM MONIQUE EVANS (VEJA) .....</b>	<b>236</b>
<b>ANEXO 12 – ENTREVISTA COM O SENADOR MÁRIO COUTO (VEJA).....</b>	<b>237</b>

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Entrada de análise da linguagem na perspectiva de Bakhtin.....	52
Figura 2 - Mapa da análise dos dados .....	54
Figura 3 - Carta do leitor 1: um exemplo de reação-resposta ativa .....	95
Figura 4 - Carta do leitor 2: um exemplo de reação-resposta ativa.....	96
Figura 5 - Extensão textual $\frac{1}{3}$ .....	150
Figura 6 - Extensão textual rodapé.....	152
Figura 7 - Extensão textual ilha.....	154
Figura 8 - Extensão textual $\frac{1}{2}$ página .....	155
Figura 9 - Extensão textual página simples .....	156
Figura 10 - Extensão textual página dupla .....	158
Figura 11 - Primeira página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ).....	184
Figura 12 - A inserção de gênero da esfera da propaganda na entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ) .....	186
Figura 13 - Quarta página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ) .....	187
Figura 14 - Quinta página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ) .....	189
Figura 15 - Correlação entre os agrupamentos de entrevistas pingue-pongue .....	195
Figura 16 - Exemplo de articulação das regularidades do gênero no material lingüístico-textual de uma entrevista pingue-pongue satélite.....	201

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Agrupamento dos gêneros jornalísticos .....	64
Tabela 2 - Perfil do leitor previsto das revistas pesquisadas .....	93
Tabela 3 - Assuntos de interesse do leitor previsto das revistas pesquisadas .....	94
Tabela 4 – Classificação das entrevistas pingue-pongue com relação ao conteúdo temático	112
Tabela 5 - Assuntos das entrevistas pingue-pongue temáticas.....	112
Tabela 6 - Incidência de publicação de entrevistas pingue-pongue nas revistas pesquisadas	131
Tabela 7 – Papel social dos entrevistados .....	141
Tabela 8 - Relação entre modalidades de entrevista e extensão textual.....	149
Tabela 9 - Comparativo de incidências das extensões textuais nas revistas pesquisadas .....	160
Tabela 10 - Composição lingüístico-textual da entrevista pingue-pongue nuclear.....	175
Tabela 11 - Composição lingüístico-textual da entrevista pingue-pongue satélite .....	177

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa é parte integrante de um projeto maior intitulado “Estudo dos gêneros do discurso jornalísticos: análises na perspectiva bakhtiniana da linguagem”, que, por sua vez, é um dos projetos do grupo de pesquisa “Os gêneros do discurso: práticas pedagógicas e análise de gêneros”<sup>1</sup>. Dessa forma, os objetivos desta dissertação se coadunam com os objetivos do referido projeto, que se propõe a analisar a constituição e o funcionamento dos gêneros do discurso da esfera jornalística, com vistas a uma “descrição” interpretativa desses mesmos gêneros.

A análise de gêneros, segundo Bonini (2000), vem se tornando um dos tópicos mais evidentes nos estudos lingüísticos, configurando-se, inclusive, como uma área específica de estudo. Isso se deve, em parte no Brasil, à orientação explícita dos documentos oficiais de ensino (como os Parâmetros Curriculares Nacionais - PCNs) que, ao proporem os gêneros como objeto de ensino-aprendizagem (ROJO, 2005), implicam a necessidade de conhecimento desse novo objeto. Dessa maneira, as pesquisas sobre os gêneros do discurso no campo da Lingüística Aplicada (LA) têm se delineado em duas direções: a primeira, no sentido de construir elaborações didáticas dos gêneros e, a segunda, centrada no estudo destes.

Os estudos de elaboração didática visam ao desenvolvimento de novas abordagens para o ensino-aprendizagem de escuta/leitura, produção textual e análise lingüística que tomam os gêneros do discurso como objeto de ensino e aprendizagem. Já as pesquisas que se orientam para a análise das regularidades dos gêneros, além de contribuírem para a consolidação de uma teoria de gêneros e de trazerem novos conhecimentos que dialogam com outros campos do saber, também se relacionam às questões de ensino, uma vez que seus resultados constituem referencial teórico tanto para o professor, podendo auxiliá-lo em sua

---

<sup>1</sup> O grupo de pesquisa é coordenado pela Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Rosângela Hammes Rodrigues.

*práxis* pedagógica, como para os autores de livros didáticos e órgãos oficiais de ensino. Assim sendo, consideramos que as pesquisas analíticas sobre os gêneros se fazem necessárias para constituírem embasamento teórico para estudos de elaboração didática.

Verificamos, inclusive, que algumas pesquisas de LA já têm esboçado uma articulação entre os trabalhos de análise de gêneros e os de elaboração didática. Podemos citar como exemplo dessa articulação, a dissertação de mestrado de Maieski (2005), “O gênero do discurso artigo como objeto de ensino-aprendizagem: uma proposta de integração da prática de produção textual à leitura e à análise lingüística”. Essa pesquisa desenvolveu, por meio de pesquisa-ação, uma elaboração didática do gênero artigo para as práticas de leitura, produção textual e análise lingüística, tendo como embasamento teórico a tese de Rodrigues (2001) intitulada: “A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo”. De maneira semelhante, esta pesquisa, centrada no estudo do gênero **entrevista pingue-pongue**, pode constituir-se como uma referência para trabalhos de elaboração didática deste gênero.

Diante disso, com vistas a contribuir para o trabalho docente e a ampliar o estudo dos gêneros, **a presente pesquisa tem por objetivo geral realizar uma análise interpretativa do gênero entrevista pingue-pongue, da esfera jornalística, mais precisamente do jornalismo de revista.** Os dados de pesquisa constituem-se em 52 (cinquenta e duas) **entrevistas pingue-pongues**, assim subdivididas: 4 (quatro) entrevistas publicadas na revista **CartaCapital**, 24 (vinte e quatro) entrevistas publicadas na revista **ISTOÉ** e 24 (vinte e quatro) entrevistas publicadas na revista **Veja**, que equivalem a todas as incidências de publicação de entrevistas pingue-pongues no período de 04 de outubro a 08 de novembro de 2006. Escolhemos esse intervalo de tempo por tratar-se do período de cobertura do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil, o que contribuiria, *a priori*, para



verificar de que maneira essa temática “atravessa” o conteúdo semântico-objetual das **entrevistas pingue-pongues** analisadas.

A pesquisa tem como embasamento teórico e metodológico três referências integradas, ancoradas na concepção dialógica da linguagem do Círculo de Bakhtin: **1.** a metodologia proposta por Bakhtin/Volochínov em **Marxismo e Filosofia da Linguagem** (2004) para uma análise sociológica da língua; **2.** a concepção de texto como enunciado, proposta por Bakhtin em **Estética da criação verbal** (2003); **3.** a metodologia elaborada por Rodrigues (2001) para análise de gêneros, que toma por princípio as referências anteriores e cuja proposta metodológica é a análise de gêneros em duas dimensões inter-relacionadas - a dimensão social do gênero e a dimensão verbal do gênero .

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos. No primeiro capítulo, apresentamos os conceitos teóricos fundantes para a pesquisa, constituindo o seu referencial teórico, o qual engloba: a concepção de linguagem para o Círculo de Bakhtin, enunciado, discurso e gêneros do discurso. No segundo capítulo, apresentamos o percurso metodológico da pesquisa que compreende: a definição do objeto de pesquisa, a opção pelo jornalismo de revista, os procedimentos de seleção e de descrição dos dados, uma breve contextualização das revistas nas quais foram publicadas as **entrevistas pingue-pongues** que compuseram os dados, e, também, uma exposição sobre os procedimentos de análise e de apresentação adotados.

Em seguida, apresentamos a análise dos dados, que está dividida em dois capítulos, os quais correspondem às duas grandes categorias de análise da pesquisa, a saber, a dimensão social e a dimensão verbal do gênero. Essa “separação” em duas dimensões ocorreu em virtude da organização da dissertação em capítulos, mas compreendemos que elas são indissociáveis no plano do discurso.

Dessa forma, no terceiro capítulo, abordamos a dimensão social do gênero **entrevista pingue-pongue** que compreende a apresentação da esfera sócio-discursiva do jornalismo e do jornalismo de revista e parte do cronotopo do gênero (horizonte espacial e temporal e os participantes da interação discursiva). Já no quarto capítulo, apresentamos as regularidades apreendidas no gênero a partir do estudo da materialidade lingüística, sempre em conexão com a dimensão social em que o gênero se inscreve. Neste último capítulo, damos continuidade à apresentação da análise do cronotopo (horizonte temático e valorativo), além de expormos a análise da composição lingüístico-textual do gênero, que compreende o estudo da intercalação genérica e da articulação entre os elementos verbais e visuais na **entrevista pingue-pongue**. E, por fim, no intuito de “construir” uma síntese das regularidades apreendidas no gênero pesquisado, apresentamos a seção “O gênero entrevista pingue-pongue na voz desta pesquisa”.

Não contemplo o mundo com meus próprios olhos nem a partir do meu íntimo; contemplo-me em vez disso com os olhos do mundo; acho-me possuído pelo outro. Não há aqui integração ingênua entre o extrínseco e o intrínseco.

(BAKHTIN)

## 1 REFERENCIAL TEÓRICO

A presente pesquisa está alicerçada na concepção dialógica de linguagem proposta por Mikhail Mikhailóvitch Bakhtin (1895-1975). Segundo Faraco (2003), o tema linguagem aparece no arcabouço teórico de Bakhtin e de seu Círculo<sup>2</sup> pela primeira vez, de forma sistematizada, no texto: **O discurso na vida o discurso na arte** (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV), datado de 1926, e, a partir daí, inicia-se uma longa trajetória que estabelece a linguagem como eixo organizador do arcabouço teórico do Círculo.

A discussão sobre o pensamento filosófico do Círculo de Bakhtin teve início no Brasil na década de 80 e se intensificou a partir da década de 90. Apesar da abrangência das construções teóricas bakhtinianas, é visível o papel central que o Círculo concedeu ao estudo da linguagem em suas formulações teóricas, tornando-se esta, inclusive, o elemento de convergência do pensamento teórico do grupo (FARACO, 2003).

Para compor o arcabouço teórico acerca da linguagem como vista pelo Círculo de Bakhtin, organizamos este capítulo em torno dos seguintes tópicos: a concepção dialógica da linguagem; a natureza sócio-ideológica da linguagem; o conceito de discurso; o enunciado como unidade concreta da comunicação discursiva e, por fim, os gêneros do discurso. Com isso, objetivamos apresentar conceitos importantes, que compõem o quadro teórico bakhtiniano e que são fundamentais para o desenvolvimento de uma pesquisa de análise de gênero.

---

<sup>2</sup> Círculo de Bakhtin, de acordo com Rodrigues (2005), é o termo utilizado pelos pesquisadores para o grupo de intelectuais russos que se reunia regularmente no período de 1919 a 1929, do qual fizeram parte Bakhtin, Volochínov e Medviédiev e outros. Devido às discussões sobre a autoria de alguns textos do Círculo que foram publicados por estes dois últimos autores, mas que são atribuídos a Bakhtin por alguns pesquisadores, muitos optam pela utilização do termo “Círculo de Bakhtin”, ao invés de se referirem a um dos três autores especificamente. Na presente pesquisa, quando nos referirmos a um dos textos “disputados”, citaremos ambos os autores, pois não é nosso objetivo discutir a autoria das obras.

## 1.1 A CONCEPÇÃO DIALÓGICA DA LINGUAGEM

A primeira questão a ser observada, quando se pretende apresentar a perspectiva de linguagem do Círculo de Bakhtin, é o “ângulo” teórico a partir do qual o grupo se propôs a “olhar” a linguagem, o qual está ancorado a uma visão sócio-histórica e ideológica desta. De acordo com Bakhtin (2003d, p. 261), “o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana”. E ainda: “A palavra é o modo mais puro e sensível de relação social” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 36). Assim, a língua constrói-se nas interações humanas e é definida a partir dessas interações, conforme se pode observar na citação a seguir:

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas lingüísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 127, grifo dos autores).

Além disso, é quase impossível referir-se à concepção de linguagem bakhtiniana sem fazer menção ao conceito de dialogismo. O termo ‘diálogo’, mencionado por Bakhtin, tem sido muitas vezes confundido, em virtude das variadas significações que a palavra possui, tornando o termo ‘dialogismo’ habitual e generalizador para designar o pensamento do Círculo. Para Faraco (2003), essa palavra tem sido mil vezes “mal-dita”, pois é, não raras vezes, entendida como a seqüência de fala das personagens no texto dramático, ou, também, como o desenrolar da conversação na interação face a face. Tais conceitos de diálogo se distanciam daquele defendido por Bakhtin, que, por sua vez, possui uma implicação conceitual muito mais ampla e complexa.

Bakhtin (2003c) fez referência às diferentes concepções de diálogo e, inclusive, chamou de concepção estreita a compreensão deste como formas composicionais de citação do discurso do outro. Para o autor, o conceito de diálogo está relacionado à idéia de diálogo da comunicação discursiva, que se concretiza nas relações dialógicas. Essas relações são de “índole específica”, não podendo ser reduzidas a relações meramente lógicas nem lingüísticas, sendo possíveis, somente, entre enunciados integrais de diferentes sujeitos do discurso. A definição de relações dialógicas é apresentada da seguinte maneira pelo autor:

As relações dialógicas são relações (semânticas) entre toda espécie de enunciados na comunicação discursiva. Dois enunciados, quaisquer que sejam, se confrontados em um plano de sentido (não como objetos e não como exemplos lingüísticos), acabam em relação dialógica (BAKHTIN, 2003c, p. 323).

Dessa maneira, elas estão associadas aos sentidos produzidos entre os falantes em enunciados reais, distanciando-se dos estudos lingüísticos que estudam o meio de comunicação discursiva (material lingüístico) e não a comunicação discursiva propriamente dita, bem como as relações que nela se estabelecem. Conforme Bakhtin/Volochínov, as relações dialógicas pressupõem a interação entre um “eu” e um “tu”, uma vez que,

Na realidade toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato *de* que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte*. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*. [...] A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 113, grifo dos autores).

A relação e a contraposição entre um “eu” e um “tu” estão ancoradas no conceito de alteridade, em que um “eu” só se constitui como ser na base de um “tu”, ou seja, Bakhtin destaca a importância do outro (interlocutor, leitor, ouvinte) que se torna o horizonte social avaliativo e que interage na constituição da subjetividade do sujeito. Nessa perspectiva, o autor diz que: “O homem não possui um território interior soberano, ele se situa todo e sempre

em uma fronteira: olhando para o seu interior, ele o olha nos olhos do outro ou através dos olhos do outro” (BAKHTIN, 1997a, p. 140). Dessa forma, a noção de alteridade constitui uma categoria essencial do pensamento bakhtiniano, sendo abordada em seus primeiros escritos, por exemplo, em **Para uma filosofia do ato** (1993), onde o autor discute a necessidade de não dicotomizar o mundo ético e o mundo estético, pois, para ele, a contraposição do “eu” e do “outro”, numa dimensão axiológica, é vista como o princípio organizador do mundo real,

O mais alto princípio arquitetônico do mundo real do ato realizado ou ação é contraposição concreta e arquitetonicamente válida ou operativa entre *eu* e o *outro*. A vida conhece dois centros de valor que são fundamentalmente essencialmente diferentes, embora correlacionados um com o outro: eu e o outro; e é em torno desses centros que todos os momentos concretos do Ser se distribuem e se arranjam (BAKHTIN, 1993, p. 91, grifo do autor).

Então, tudo que é conteúdo vivido e concretizado verbalmente passa, necessariamente, pela relação eu/outro, o que remete à questão do diálogo<sup>3</sup>. De acordo com Faraco (2003), Bakhtin se ocupa não do diálogo em si, mas do que ocorre nele, isto é, das complexas relações dialógicas. Assim, como já comentado, seu conceito de diálogo é diferente do que se apresenta em algumas áreas da Lingüística, que se ocupam do estudo da forma-diálogo, abordando, por exemplo, o estudo do diálogo como troca de turnos entre os falantes (objeto de estudo da área da Análise da Conversação) e também do da Etnografia da Fala e da Teoria da Comunicação, que analisam, respectivamente, práticas conversacionais de determinado grupo e o modo como a mensagem é veiculada do emissor para o receptor.

Fica perceptível, dessa forma, a diferença entre a maneira como algumas áreas da Lingüística elaboram o conceito de diálogo (no plano da língua) e a proposta bakhtiniana (no plano do discurso - metalingüística)<sup>4</sup>. Para Bakhtin, as relações dialógicas são

---

<sup>3</sup> Como visto, o conceito de diálogo está, intimamente, ligado ao de alteridade, o que justificou nossa pequena digressão.

<sup>4</sup> Bakhtin, no livro **Problemas de poética de Dostoiévski** (1997), apresenta o termo metalingüística e o define como um estudo ainda não constituído em disciplinas particulares definidas, que se propõem a estudar aspectos da vida do discurso que ultrapassam os limites da Lingüística. Alguns pesquisadores têm atribuído o termo

extralingüísticas e não podem ser separadas do campo do discurso, ou seja, da língua enquanto fenômeno integral e concreto (BAKHTIN, 1997b). Essas relações “[...] devem personificar-se na linguagem, tornar-se enunciados, converter-se em posições de diferentes sujeitos expressas na linguagem [...]” (BAKHTIN, 1997b, p. 159).

Ao dizer que as relações dialógicas se convertem em posições de diferentes sujeitos, o autor está, portanto, indicando a característica de responsividade (possibilidade de resposta ou contrapalavra) que o diálogo possui. Em outros termos, no diálogo, os sujeitos respondem ativamente aos enunciados, e tais respostas são marcadas por juízos sociais de valor (índices valorativos). Assim, a atitude valorativa nas relações discursivas leva-nos à discussão da natureza sócio-ideológica da linguagem, tópico que será explanado na próxima seção.

## 1.2 A NATUREZA SÓCIO-IDEOLÓGICA DA LINGUAGEM

A concepção dialógica de linguagem proposta por Bakhtin e seu Círculo possui uma dimensão sócio-ideológica que pode ser compreendida de forma mais sistemática a partir de conceitos como ideologia e signo ideológico. Em **Marxismo e filosofia da linguagem**, Bakhtin/Volochínov pontuam, de forma detalhada, a maneira como as relações externas à língua definem os enunciados dos falantes, ressaltando, dessa maneira, a natureza social e ideológica da língua, uma vez que “*A palavra é o fenômeno ideológico por excelência*” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 36, grifo dos autores). Entretanto, é importante salientar que o termo ‘ideologia’, na obra bakhtiniana, não possui sentido restrito e negativo; em determinadas circunstâncias, esse termo pode ser intercambiado por “axiológico”.

---

translingüística a essa proposta de Bakhtin. Sobre esse assunto ver: Souza, Geraldo Tadeu. **A construção da metalingüística**, 2002, Tese de doutorado (USP).



Portanto, seria equivocado lê-lo como “mascaramento do real”, tal como é concebido em algumas linhas marxistas.

Para o Círculo de Bakhtin, a palavra ‘ideologia’ possui um estatuto mais amplo e complexo, significando o universo que engloba a arte, a ciência, a filosofia, o direito, a religião, a política, etc. Tal universo está intimamente relacionado às atividades humanas, uma vez que ao se enunciar, o falante o faz “atravessado” por ideologias que permeiam o conteúdo vivido nas esferas discursivas e expressam muito mais que palavras isoladas (FARACO, 2003). Conforme afirmam Bakhtin/Volochínov,

Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. *A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial* (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 95, grifo dos autores).

E para que esse conteúdo ideológico se concretize nas interações entre os sujeitos, ele se materializa através do signo lingüístico (visto como signo ideológico, como discutiremos a seguir), pois “[...] tudo que é ideológico é um *signo*. *Sem signos não existe ideologia*” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 31, grifo dos autores).

Como se pode perceber, o autor estabelece uma relação inextricável entre signo e ideologia, uma vez que “O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. *Tudo que é ideológico possui um valor semiótico*” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 41, grifo dos autores). Ao tratarem do signo ideológico (e também do signo lingüístico), Bakhtin/Volochínov indicam duas orientações, primeiramente, abordam a “forma do signo enquanto determinado pelas formas da interação social” e, na seqüência, discutem “[...] o conteúdo do signo e do *índice de valor* que afeta todo o conteúdo [...]” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 44, grifo nosso).

A determinação do signo se dá através das interações sociais, pois “Todo signo, como sabemos, resulta de um consenso entre indivíduos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação” (2004, p. 44, grifo dos autores). Nesse sentido, “o signo se cria entre indivíduos, no meio social” (2004, p. 45), em outras palavras, o signo só se constitui a partir do momento em que adquire um valor social.

Para caracterizar o signo como ideológico, Bakhtin/Volochínov destacam o potencial de refração do signo, assim, além de refletir o mundo, o signo o refrata através das valorações sociais nele constituídas. Assim, um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra, podendo distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreendê-la de uma outra perspectiva específica. Ao sintetizar o conceito de refração nos termos bakhtinianos, Faraco (2003) afirma que,

[...] *refratar* significa [...] que com nossos signos nós não somente descrevemos o mundo, mas construímos – na dinâmica da história e por decorrência do caráter sempre múltiplo e heterogêneo das experiências concretas dos grupos humanos – diversas interpretações (refrações desse mundo) (FARACO, 2003, p. 50, grifo do autor).

O autor afirma ainda que, na perspectiva do Círculo, não é possível “significar sem refratar” (FARACO, 2003, p. 50), contudo tal relação não se dá somente no signo, nem no sistema semântico abstrato, nem pela referência a um mundo dado uniforme, e sim nas construções dinâmicas da história que são marcadas pela diversidade das vivências humanas e suas variadas contradições e confrontos ideológicos.

Portanto, sendo o signo eminentemente ideológico e tendo ele (o signo) como condição necessária a refração, pode-se dizer que todo signo carrega consigo posições valorativas dos sujeitos. Isso significa dizer que o conteúdo do signo é afetado por índices de valor de natureza interindividual e que penetram no horizonte social de um grupo, estando, a seu turno, ligados às condições sócio-econômicas do referido grupo. Segundo

Bakhtin/Volochínov (2004), os índices de valor são ideológicos e sociais, mesmo que sejam realizados pela voz dos indivíduos (pela palavra). Tais índices valorativos estão ligados à composição de um auditório social, uma vez que o falante interage discursivamente a partir de seu horizonte axiológico (valorativo) e que “viver significa ocupar uma posição axiológica em cada momento da vida, significa firmar-se axiologicamente” (BAKHTIN, 2003b, p. 174).

### 1.3 O DISCURSO EM BAKHTIN: UM FENÔMENO CONCRETO, COMPLEXO E MULTIFACETADO

É notória a presença do tema discurso na obra do Círculo de Bakhtin. A própria concepção de linguagem bakhtiniana (histórica, social e ideológica) faz com que esse tema constitua um elemento central nesse quadro teórico. Em diversos textos do Círculo, a discussão sobre o discurso emerge de forma aprofundada e inquietante, por exemplo, em **Questões de literatura e estética** (1998), onde são discutidas as diferenças entre o discurso na poesia e na prosa romanesca; em **Marxismo e filosofia da linguagem** (2004) verifica-se a conceituação do discurso reportado (citado) – o discurso de outrem –, os tipos de discurso reportado e suas variantes.

Mais do que “sistematizar” um conceito de discurso, Bakhtin mostra-se fascinado pela onipresença, seja de forma explícita ou implícita, da palavra do “outro” (discursos alheios) nos enunciados dos falantes e tal interesse se apresenta desde a réplica do diálogo familiar até as grandes obras literárias (FARACO, 2003). Apesar de Bakhtin analisar preferencialmente a constituição do discurso nos domínios literários, podem-se também aplicar tais procedimentos de análise e o próprio conceito de discurso às demais instâncias sociais, pois o próprio autor, no método sociológico, aponta para a direção de se “olhar” o

mundo estético tendo como horizonte o mundo ético, ou seja, há na obra bakhtiniana a orientação de se analisar o discurso poético tendo como baliza o mundo da vida cotidiana<sup>5</sup>.

Nesse sentido, Bakhtin inicia o capítulo **O discurso em Dostoiévski** (último capítulo do livro **Problemas de poética de Dostoiévski**) conceituando discurso como um fenômeno concreto, complexo e multifacetado cuja constituição observa a “língua em sua integridade concreta e viva e não a língua como objeto específico da lingüística, obtido por meio de abstração” (BAKHTIN, 1997b, p. 157). Para o autor, o discurso faz parte do “vivido”, está ligado ao mundo da vida e às enunciações concretas. De acordo com Bakhtin (1997b), “O discurso verbal nasce de uma situação pragmática extraverbal e mantém a conexão mais próxima possível com esta situação. Além disso, tal discurso é diretamente vinculado à vida em si e não pode ser divorciado dela sem perder sua significação” (BAKHTIN, 1997b, p. 4).

Para o autor, o discurso manifesta o fenômeno da dialogicidade interna do enunciado, cuja orientação se movimenta em duas direções: para os já-ditos (discurso alheio, de outrem) e também para a reação-resposta do outro. Isso se confirma quando ele afirma que,

[...] qualquer discurso da prosa extra-artística – de costumes, retórica, da ciência – não pode deixar de se orientar para o “já-dito”, para o “conhecido”, para a “opinião pública”, etc. A orientação dialógica é naturalmente um fenômeno próprio a todo discurso vivo. Em todos os seus caminhos até o objeto, em todas as direções, o discurso se encontra com os discursos de outrem e não pode deixar de participar, com ele, de uma interação viva e tensa (BAKHTIN, 1998, p. 88).

Segundo Bakhtin (1998, p. 86), “[...] entre todo discurso e o objeto, entre ele e a personalidade dos falantes interpõe-se um meio flexível, freqüentemente difícil de ser penetrado, de discursos de outrem, de discursos ‘alheios’ sobre o mesmo objeto, sobre o

---

<sup>5</sup> Por exemplo, o autor diz que para que se possa “tentar alcançar um entendimento do enunciado poético, como forma de comunicação estética especial, verbalmente implementada”, é necessário, antes, “analisar em detalhes certos aspectos dos enunciados verbais fora do campo da arte – enunciados da *fala da vida e das ações cotidianas*, porque em tal fala já estão embutidas as bases, as potencialidades da forma artística (BAKHTIN; VOLOCHÍNOV, 1926, p. 4, grifo dos autores).

mesmo tema”. Assim, sob a visão bakhtiniana, nas relações com os discursos “outros”, o discurso pode fundir-se, isolar-se, cruzar-se com os discursos alheios, e, nessa intrincada relação, o discurso se forma substancialmente, haja vista que os discursos alheios penetram em seus estratos semânticos mais profundos, complexificam sua expressão e influenciam todo o seu aspecto estilístico.

Entretanto, de acordo com o autor, “a dialogicidade interna do discurso não se esgota nisso” (BAKHTIN, 1998, p.89), ou seja, na sua relação dialógica com os discursos já-ditos; há também a orientação pela resposta do outro: “Todo discurso é orientado para a resposta e ele não pode esquivar-se à influência profunda do discurso da resposta antecipada” (BAKHTIN, 1998, p. 90). Tendo partido da atmosfera do já-dito, o discurso é orientado também pelo discurso-resposta, que se constitui naquilo que ainda não foi dito, mas que foi solicitado e é, dessa forma, esperado. Tal resposta não pode existir sem a compreensão ativa do outro, pois, “na vida real do discurso falado, toda compreensão concreta é ativa: ela liga o que deve ser compreendido ao seu próprio círculo, expressivo e objetual e está indissolúvelmente fundido a uma resposta, a uma objeção motivada [...]” (BAKHTIN, 1998, p. 90). Por fim, Bakhtin resume o fluxo da dialogicidade interna do discurso quando diz que “O locutor penetra no horizonte alheio de seu ouvinte, constrói a sua enunciação no território de outrem, sobre o fundo aperceptivo do seu ouvinte” (BAKHTIN, 1998, p. 91).

Além dessa explicação sobre o funcionamento interno do discurso, encontra-se, nos textos do Círculo, uma conceituação do discurso reportado (do discurso relatado, ou do discurso citado)<sup>6</sup>, bem como uma sistematização de suas variantes (discurso direto, indireto e indireto livre). Na orientação de Bakhtin/Volochínov (2004, p. 144, grifo dos autores), “O discurso citado é o *discurso no discurso, a enunciação na enunciação*, mas é, ao mesmo tempo, um *discurso sobre o discurso, uma enunciação sobre a enunciação*”. O discurso do

---

<sup>6</sup> Como veremos na parte de análise dos dados, o gênero **entrevista pingue-pongue**, objeto desta pesquisa, caracteriza-se fundamentalmente por ser um discurso citado da interação face a face.

outro é mais do que o tema do discurso; ele entra na constituição sintática do discurso e torna-se unidade integral da sua construção. O que equivale dizer que reportar não é reproduzir, repetir; é, sim, estabelecer uma relação ativa entre o discurso que reporta/captura e o discurso reportado/capturado; uma interação dinâmica entre ambos os discursos, ou seja, forma-se uma relação dialógica entre eles (FARACO, 2003). O discurso reportado (citado) não se esgota na citação, mas deve ser considerado como um ato que revela também uma apreensão valorativa da palavra do outro, pois “entre os dois discursos estabelecem-se relações dialógicas e eles se formam e vivem nessas relações” (FARACO, 2003, p. 124).

#### 1.4 A UNIDADE CONCRETA DA COMUNICAÇÃO DISCURSIVA: O ENUNCIADO

A relevância do conceito de enunciado<sup>7</sup> na teoria do Círculo é indiscutível, tendo em vista a própria afirmação de Bakhtin a respeito da importância do enunciado nas interações sociais: “Aprender a falar significa aprender a construir enunciados (porque falamos por meio de enunciados e não por orações isoladas e, evidentemente, não por palavras isoladas)” (BAKHTIN, 2003d, p. 283). Segundo Bakhtin (1926, p. 9), “[...] o enunciado concreto (e não a abstração lingüística) nasce, vive e morre no processo da interação social entre os participantes da enunciação. Sua forma e significado são determinados basicamente pela forma e caráter desta interação”. Assim, para o autor, o enunciado é a expressão e o produto da interação de três participantes, a saber: o falante (autor), o interlocutor (leitor, contemplador, espectador, ouvinte) e o tópico (herói, tema, o quê ou quem da fala) (BAKHTIN, 1926).

---

<sup>7</sup> De acordo com o tradutor do livro **Estética da criação verbal**, Paulo Bezerra, com relação ao enunciado, Bakhtin utiliza um só termo – viskázivanie – para designar tanto enunciação (emissão do discurso) quanto o enunciado (discurso já pronunciado).

Com relação aos elementos constitutivos, o enunciado compõe-se de três elementos intrinsecamente ligados: conteúdo temático, estilo e construção composicional. O conteúdo temático, definido pelas atividades humanas, relaciona-se às escolhas do objeto do discurso feitas pelo falante para compor seu discurso. Tais escolhas são realizadas na interlocução; o objeto pode também surgir de outros enunciados em forma de reação-resposta ativa. A construção composicional, por sua vez, está relacionada à organização discursiva e à relação entre os interlocutores, propiciando a noção de acabamento do enunciado. Segundo Bakhtin (2003d), uma determinada construção composicional permite que o falante tenha a percepção de conjunto do discurso e até faz com que ele antecipe o fim desse.

No tocante ao estilo, Bakhtin (2003d) enfatiza que todo enunciado é individual e, por isso, pode refletir a individualidade do falante na linguagem, mas ressalta que nem todos os gêneros possibilitam a expressão do estilo individualizado; alguns gêneros têm como característica principal a padronização e eliminação de marcas individuais, como, por exemplo, gêneros da esfera administrativa, militar e acadêmica. Podemos citar também o exemplo do nosso objeto de pesquisa (**entrevista pingue-pongue**) que apresenta um elevado grau de padronização no que se refere a sua composição lingüístico-textual e acabamento estilístico. Em resumo, de acordo com Bakhtin (2003d, p. 262), o estilo se caracteriza pela “seleção dos recursos léxicos, fraseológicos e gramaticais da língua [...]”.

Ainda no que tange à caracterização do enunciado, podem-se citar algumas peculiaridades desse como unidade da comunicação discursiva, a saber: a possibilidade de ser delimitado pela alternância dos sujeitos do discurso; o fato de ter contato com a realidade (situação extraverbal); a expressividade e a conclusibilidade (BAKHTIN, 2003d). A alternância dos sujeitos do discurso, que termina com a transmissão da palavra ao outro, caracteriza-se por fixar “os limites de cada enunciado concreto como unidade da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2003d, p. 175). Compreende-se, nesse sentido, que essa alternância

dos falantes no discurso se relaciona às fronteiras do enunciado, em outras palavras, a “fala” do outro serve de limite para o enunciado.

Na interação verbal, os sujeitos se intercalam na enunciação, produzindo enunciados que requerem reações-resposta ativas, nessa troca, evidencia-se o seu caráter dialógico. A alternância dos sujeitos do discurso (limite do enunciado) constitui-se em um dos primeiros critérios que emprestam ao enunciado o *status* de unidade real da comunicação discursiva e que o caracterizam como um elo na cadeia de muitos outros enunciados, produzindo uma teia de significações. “É esse limite que ‘emoldura’ o enunciado e cria para ele a massa firme” (BAKHTIN, 2003d, p. 279). Esse caráter dinâmico e dialógico do enunciado, que requer reações-resposta ativas, as quais, por sua vez, suscitam novas reações, é nítido na **entrevista pingue-pongue**, haja vista que esse gênero “simula” a entrevista face a face, em que uma resposta do entrevistado motiva/suscita outra pergunta do jornalista. Contudo, essa dinâmica está condicionada à ação do autor do gênero, responsável pelo acabamento estilístico-composicional (Cf. discutiremos nos capítulos de análise).

Já a situação extraverbal do enunciado, segundo Bakhtin (1926), compreende três fatores: 1) o horizonte espacial comum dos interlocutores; 2) o conhecimento e a compreensão comum da situação por parte dos interlocutores e 3) sua avaliação comum dessa situação. O aspecto da expressividade, igualmente, é considerado uma característica inerente ao enunciado dada a não existência de enunciado neutro, sendo assim, a expressividade está ligada à posição axiológica do autor frente ao objeto do seu discurso e ao auditório da interlocução. A conclusibilidade, por sua vez, confere ao enunciado o caráter de acabamento; ela parte, primeiramente, da possibilidade responsiva do interlocutor. Esse fechamento, que faz com que o enunciado seja compreendido e passível de resposta, não se apresenta gramaticalmente, mas sim através de interações reais entre os sujeitos do discurso (BAKHTIN, 2003d).



Na explanação sobre a conclusibilidade, Bakhtin afirma que ela é

[...] uma espécie de aspecto interno da alternância dos sujeitos do discurso; essa alternância pode ocorrer precisamente porque o falante disse (ou escreve) *tudo* o quis dizer em dado momento ou sob dadas condições. Quando ouvimos ou vemos, percebemos nitidamente o fim do enunciado, como se ouvíssemos o “dixi” conclusivo do falante (BAKHTIN, 2003d, p. 280, grifo do autor).

Tal noção de conclusibilidade, nos termos bakhtinianos, é facilmente verificada em uma conversa cotidiana em que o falante percebe o fim do enunciado do interlocutor antes mesmo da conclusão e, muitas vezes, antecipa sua resposta. Sob essa ótica, o primeiro critério da conclusibilidade é “a possibilidade de *responder a ele* [o enunciado], em termos mais precisos e amplos, de ocupar em relação a ele uma posição responsiva” (BAKHTIN, 2003d, p. 208, grifo do autor). O autor aponta, como exemplos de posição responsiva, situações como: cumprir uma ordem, o discurso científico com o qual se pode concordar ou não (inteiramente ou em parte) e os questionamentos feitos no cotidiano, tais como, “Que horas são?” (BAKHTIN, 2003d).

As características do enunciado, já aqui mencionadas, estão relacionadas à noção de “não-acabamento”. Aliás, essa noção está presente no pensamento bakhtiniano não somente no que se refere ao enunciado, mas, também, no que tange à própria construção da subjetividade do sujeito, pois, este é, para Bakhtin, inacabado. O não-acabamento do enunciado se mostra na dificuldade em delimitar seu início e seu fim, uma vez que, segundo Bakhtin, “Não pode haver enunciado isolado. Ele sempre pressupõe enunciados que o antecedem e sucedem. Nenhum enunciado pode ser primeiro ou último. Ele é apenas o elo na cadeia e fora dessa cadeia não pode ser estudado” (BAKHTIN, 2003a, p. 371). Assim, o conceito bakhtiniano de enunciado mostra-se complexo, podendo somente ser compreendido no plano do discurso e não no plano da língua (sistema abstrato de formas).

## 1.5 OS TIPOS RELATIVAMENTE ESTÁVEIS DE ENUNCIADOS: OS GÊNEROS DO DISCURSO

A partir do conceito de enunciado pode-se chegar à noção de gêneros do discurso postulada por Bakhtin. O conceito de gênero é apresentado em muitos textos do Círculo e a sua terminologia oscila entre formas de discurso social, formas de um todo e tipos de interação verbal (RODRIGUES, 2005). Entretanto, no texto intitulado **Os gêneros do discurso**, onde a questão dos gêneros é detalhada, Bakhtin opta pelo termo ‘gêneros do discurso’, termo este que acabou sendo também o nome mais utilizado nas pesquisas em LA que seguem tal enfoque<sup>8</sup>. No referido texto, Bakhtin (2003d) define os gêneros do discurso como “tipos relativamente estáveis de enunciados”, ou seja, através de enunciados individuais, que se movimentam em direção a uma regularidade, surge o gênero, e essa relativa estabilização acontece através de seu uso em interações concretas.

Uma vez definidos como tipos relativamente estáveis de enunciados, os gêneros carregam em si um caráter flexível e plástico. Nessa definição, a palavra relativamente é fundamental; é ela que denota a flexibilidade do gênero, a qual está diretamente ligada às interações sociais. Se as relações humanas são complexas, as mudanças, ininterruptas, e os gêneros constituem-se a partir das atividades humanas, conseqüentemente, eles irão refletir as mudanças histórico-sociais. Uma vez que as interações humanas estão em constante constituição, os gêneros possuem, então, a mesma característica de “não-acabamento” do enunciado.

---

<sup>8</sup> Em Rojo (2005), no texto intitulado: “Gêneros do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas”, há uma discussão sobre a diferença teórico-metodológica envolvida no uso das terminologias: teoria de gêneros do discurso ou discursivos e teoria dos gêneros de texto ou textuais. Para a autora, ambas as leituras estão ancoradas em diferentes leituras bakhtinianas, mas a distinção está no fato de que a primeira centra seu estudo nas situações de produção dos enunciados ou textos e em seus aspectos sócio-históricos, e, a segunda, na descrição da materialidade do texto.

Ainda sobre a conceituação de gêneros, de acordo com Rodrigues, Bakhtin concebe os gêneros como “tipificação social dos enunciados que apresentam certos traços (regularidades) comuns, que se constituíram historicamente nas atividades humanas, em uma situação de interação relativamente estável” (RODRIGUES, 2005, p. 164). Assim, segundo Rodrigues (2005), é necessário olhar os gêneros a partir de sua historicidade, já que não são unidades convencionais, mas sim, tipos históricos de enunciados, possuindo a mesma natureza do enunciado (natureza social, discursiva e dialógica).

De acordo com Bakhtin (2003d), a diversidade dos gêneros é infinita porque são inesgotáveis as possibilidades das atividades humanas e cada esfera comporta um repertório de gêneros do discurso que vai se diferenciando e se ampliando à medida que a própria esfera se desenvolve e torna-se mais complexa. Ao estabelecer a noção de gênero, o autor apresenta uma “classificação” dos gêneros como: primários e secundários. Os gêneros primários são aqueles ligados às esferas cotidianas de interação, podendo, muitas vezes, transformar-se e assumir estatuto de gênero secundário, tendo em vista a dinamicidade e plasticidade inerente aos gêneros. Já os gêneros secundários, segundo Bakhtin, “surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente desenvolvido e organizado (predominantemente escrito) [...]” (BAKHTIN, 2003d, p. 263) e, por sua vez, demandam uma complexidade maior, sendo exemplos, o romance, os gêneros científicos, jornalísticos, entre outros. A **entrevista pingue-pongue** do jornalismo de revista, objeto desta pesquisa, é um exemplo de gênero secundário, uma vez que constitui um gênero produzido em uma das esferas do sistema ideológico complexo e evoluído: a esfera sócio-discursiva do jornalismo.

Já com relação ao surgimento de novos gêneros, pode-se dizer que esse processo se dá a partir das demandas sociais, pois um gênero surge ou desaparece em função das condições sócio-discursivas. Nessa mesma perspectiva, Geraldi (2006) propõe que a emergência de novos gêneros está associada às atividades sociais, e que, quanto mais

complexa é uma sociedade, mais complexos e em maior número são os gêneros nela construídos.

Na contemporaneidade, tem-se observado o surgimento e o desaparecimento de diversos gêneros; Rodrigues (2005) cita, como exemplo de gêneros que desapareceram de circulação social, as conversas de salão e o romance-folhetim. Já outros gêneros surgem de uma espécie de transmutação, como, por exemplo, gêneros encontrados no suporte digital: o *blog*<sup>9</sup>, que lembra o diário, o *e-mail*, que possui características da carta, todavia, os novos gêneros não substituem os já estabelecidos: o telefonema não substituiu a conversa, o artigo assinado não excluiu o editorial (RODRIGUES, 2005). Não se trata de uma relação de substituição, e sim, do aparecimento de gêneros a partir das novas necessidades de interlocução, o que ocorre através das mudanças sócio-históricas, repercutindo nas relações de subjetividade e alteridade dos sujeitos.

A origem dos gêneros, bem como seu processo de mudança, também é discutida por Todorov (1980)<sup>10</sup> no escopo do literário, porém essa reflexão também é válida para o presente estudo, uma vez que está em consonância com a teoria bakhtiniana dos gêneros do discurso. Na perspectiva de Todorov (1980, p. 46), “Um novo gênero é sempre a transformação de um ou de vários gêneros antigos [...]”.

Ainda dentro do escopo literário, mas no que se refere a uma teoria geral dos gêneros, o autor pontua que ao se pensar em temporalidade não há nada “anterior aos gêneros”, pois nunca houve literatura sem gênero. Ele propõe que tanto os gêneros literários, quanto os que não estão dentro deste limite, ou seja, os gêneros das demais esferas sócio-discursivas, têm por origem o discurso humano, e que sua constituição se dá a partir de práticas sociais. Assim, a mola propulsora do aparecimento ou desaparecimento de um gênero

---

<sup>9</sup> *Blog* pode ser traduzido por diário na rede. Sobre esse assunto ver: Komesu (2005).

<sup>10</sup> É importante ressaltar que Tzvetan Todorov foi um leitor de Bakhtin, embasando-se nesse autor para elaborar sua construção teórica sobre os gêneros do discurso. Contudo, nesse texto, Todorov não faz alusão à teoria bakhtiniana.

são as necessidades comunicativas intrínsecas às práticas de interação social. Somente as necessidades discursivas, surgidas nas interações humanas, propiciam o surgimento e modalizam os modos sociais de dizer, a saber, os gêneros do discurso.

Em resumo, os gêneros norteiam as interações sociais e, ao mesmo tempo, são por elas norteados; apresentam flexibilidade para as organizações dos enunciados; servem como baliza para o dizer social; trazem, intrinsecamente, todo um universo axiológico. Os sujeitos se enunciam por meio dos enunciados construídos dentro de um determinado gênero e, por meio do enunciado e do seu gênero, expressam suas concepções de mundo, suas crenças, seus valores, revelando, não raras vezes, a voz do outro que compõe seu discurso, e formando, assim, uma cadeia ininterrupta de sentidos. Dessa maneira, compreende-se a posição central que os gêneros ocupam na arquitetura do pensamento bakhtiniano<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> A revisão da literatura sobre o gênero entrevista, bem como sobre o jornalismo de revista será apresentada no Capítulo 3 desta dissertação, tendo em vista serem considerados, nesta pesquisa, como parte integrante da dimensão social do gênero.

Como o corpo se forma inicialmente no seio (corpo) materno, assim a consciência do homem desperta envolvida pela consciência do outro.

(BAKHTIN)

## 2 PERCURSO METODOLÓGICO

Nesta seção, abordaremos os aspectos metodológicos da pesquisa. Primeiramente, apresentaremos o objeto de pesquisa, a saber, o gênero **entrevista pingue-pongue**; em seguida, faremos uma exposição sobre as motivações para tal escolha e discutiremos a opção pela entrevista publicada no jornalismo de revista. Posteriormente, descreveremos os dados e apresentaremos uma breve contextualização das revistas de onde estes foram selecionados (**CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**). Por fim, delinearemos os procedimentos de análise e de apresentação desta análise no corpo da dissertação.

### 2.1 O OBJETO DA PESQUISA

A afirmação de que o objeto de pesquisa desta dissertação é o gênero **entrevista** não é suficientemente esclarecedora, pois pode suscitar o seguinte questionamento: de qual entrevista ou gênero entrevista se está tratando? Essa dúvida ocorre em virtude da polissemia que envolve o termo ‘entrevista’, o qual remete a diferentes gêneros com o mesmo nome, e a diferentes conceitos existentes sobre o gênero **entrevista** na esfera do jornalismo. Tanto essa polissemia quanto às dificuldades envolvidas na definição desse gênero serão discutidas no Capítulo 3.

Para uma melhor precisão terminológica, optou-se, então, por definir o objeto de estudo desta pesquisa como o gênero do discurso **entrevista pingue-pongue**, publicado no jornalismo de revista. O termo ‘pingue-pongue’ é um termo jornalístico que faz referência à composição textual do gênero, o qual se caracteriza por apresentar, no corpo do texto, as perguntas do jornalista e as respostas do entrevistado, diferenciando-se do gênero entrevista

face a face e do discurso citado do entrevistado inserido em outros gêneros (reportagem, notícia).

Tendo em vista que a área de estudo de gêneros ainda é um campo recente em LA e que o gênero do discurso **entrevista pingue-pongue**, do jornalismo de revista, é um gênero ainda pouco explorado (especialmente na teoria de gêneros do discurso de linha bakhtiniana), consideramos, no momento da definição do objeto de pesquisa, que um estudo desse gênero constituiria um instigante desafio de pesquisa. Os conhecimentos existentes a respeito desse gênero são, na sua maioria, oriundos da esfera jornalística, e os poucos trabalhos que o discutem no campo da Lingüística, fazem-no em perspectivas teóricas distintas da presente pesquisa, como, por exemplo, Hoffnagel (2005); ou enfocam outro gênero que também recebe a nomeação de entrevista, como a entrevista por *e-mail*, discutida por Bonini (2000), e a entrevista científica, estudada por Alves da Silva (1991). Em função dessa lacuna, compreendemos que um estudo desse gênero, a partir do horizonte teórico bakhtiniano, fazia-se relevante.

Além disso, o referido gênero nos chamou a atenção por envolver práticas de produção e de textualização bastante singulares, pois o que se lê publicado na revista já é um texto que passou por um longo percurso de “lapidação”, partindo-se da entrevista face a face, a qual é reenunciada, na revista, como **entrevista pingue-pongue**. Nesse processo, há um trabalho que envolve cortes, modalização da fala do entrevistado, escolhas da editoria em relação ao que será publicado de fato<sup>12</sup>, ou seja, há todo um trabalho de enquadramento<sup>13</sup> do discurso do entrevistado. Ao “enquadrar” o discurso do entrevistado, a esfera jornalística impõe um acento de valor ao entrevistado e a seu discurso.

---

<sup>12</sup> O estudo do processo de produção da **entrevista pingue-pongue**, ou seja, a análise do processo que parte da entrevista face a face até chegar à entrevista que é publicada extrapola o escopo desta pesquisa, mas, a nosso ver, constitui-se em um campo profícuo para novas pesquisas.

<sup>13</sup> O conceito de enquadramento será apresentado na seção 4.1.2.



Em síntese, nesta pesquisa, objetivamos elaborar uma análise interpretativa do gênero **entrevista pingue-pongue**, com vistas à apreensão de suas regularidades genéricas e à compreensão de como a esfera sócio-discursiva do jornalismo realiza o enquadramento do discurso do entrevistado.

## 2.2 A OPÇÃO PELO JORNALISMO DE REVISTA

Esta pesquisa está inserida no grupo de pesquisa “Os gêneros do discurso: práticas pedagógicas e análise de gêneros”, que se inscreve na interface do ensino/aprendizagem de língua materna e da teoria dos gêneros do discurso. Esse grupo de pesquisa faz parte do Departamento de Língua e Literatura Vernáculas (DLLV) e do Programa de Pós-Graduação em Lingüística (CPGLL), no âmbito do qual se situa na área de concentração Lingüística Aplicada, integrando-se a duas linhas de pesquisa, “Texto e ensino” e “*Corpora* e gênero: análises e aplicações”. Nesta última linha de pesquisa, insere-se o projeto “Estudo dos gêneros do discurso jornalísticos: análises na perspectiva bakhtiniana da linguagem”, do qual faz parte esta pesquisa.

Esse projeto tem como objetivo geral analisar a constituição e o funcionamento dos gêneros do discurso do jornalismo impresso e que preferencialmente circulam nas modalidades de jornalismo de jornal, de revista e *on-line*, com vistas à constituição de referenciais teóricos acerca dos gêneros e à produção de referência teórico-didática para a formação de professores de ensino de línguas, autores de livros didáticos e professores que já atuam no ensino e que necessitam desses conhecimentos para realizar a elaboração didática dos gêneros nas aulas de ensino/aprendizagem de línguas. A respeito da meta de construção de referenciais teóricos, as pesquisas produzidas servem como ponto de diálogo com pesquisadores da área da Lingüística Aplicada e da Lingüística que estejam pesquisando sobre

gêneros ou sobre outros temas correlacionados (significação, sentido, discurso, texto); e com pesquisadores de outras áreas, como: Comunicação Social e Ciências Sociais.

Assim, incluído no projeto supracitado, esta pesquisa optou por analisar a **entrevista pingue-pongue** publicada no jornalismo de revista por entendermos que se faz necessário analisar os gêneros desse segmento do jornalismo, levando em consideração o poder ideológico do jornalismo de revista e suas implicações na construção da subjetividade dos sujeitos.

Em uma época e em um contexto distinto daquele em que foi realizada esta pesquisa, Bakhtin já considerava o jornalismo como uma “manifestação verbal socialmente importante” e dizia que

Toda manifestação verbal socialmente importante tem o poder, às vezes, por longo tempo e um amplo círculo, de contagiar com suas intenções os elementos da linguagem que estão interligados na sua orientação semântica e expressiva, impondo-lhes nuances de sentido precisas e tons de valores definidos (BAKHTIN, 1998, p. 97).

O autor também ressaltava o poder ideológico e valorativo do jornalismo (inclui-se aqui o jornalismo de revista) ao considerá-lo como uma visão de mundo socialmente significativa que tem a faculdade de espoliar as possibilidades intencionais da língua por intermédio de sua realização concreta específica:

As correntes literárias e outras, os meios, **as revistas, certos jornais**, e mesmo certas obras importantes e certos indivíduos, todos eles são capazes, na medida da sua importância social, de estratificar a linguagem, sobrecarregando suas palavras e formas com suas próprias intenções e acentos típicos e, com isto, torná-las em certa medida alheias às outras correntes, partidos, obras e pessoas (BAKHTIN, 1998, p. 97, grifo nosso).

Quando Bakhtin mencionava o termo ‘revista’ ou ‘certos jornais’, ele não estava se referindo tão somente ao suporte midiático, mas incluindo nesses termos toda complexidade

discursiva e ideológica que se “trava” na esfera jornalística. Em resumo, não podemos desconsiderar a importância do estudo dos gêneros que circulam no jornalismo de revista, tendo em vista tratar-se de um segmento em grande parte responsável pelas construções ideológico-discursivas recorrentes na esfera discursiva do jornalismo e que se refratam nas demais instâncias, produzindo uma intensa dialogização entre as esferas sócio-discursivas.

Outra questão importante que nos conduziu ao estudo desse gênero, publicado no jornalismo de revista, foi o fato de que a incidência da **entrevista pingue-pongue** no jornalismo diário é menor. Conforme pesquisa de Medina (1992), realizada no jornal **Folha de S. Paulo**, isso ocorre em virtude de o jornalismo diário ter como política dominante a idéia de que no jornalismo noticioso os espaços são limitados; há um limite de 40 linhas por texto publicado. Dessa forma, segundo a autora, a entrevista nesse jornal só é publicada em situações especiais, como nos cadernos complementares publicados no espaço nobre do domingo<sup>14</sup> ou, em alguns momentos, no caderno Economia durante a semana (MEDINA, 1992).

Portanto, tendo em vista que no jornalismo diário o enfoque é o fato noticioso e não o comentário aprofundado dos fatos, o qual é uma das características do jornalismo de revista, observamos que a presença do gênero **entrevista pingue-pongue** é constante e significativa neste último, o que justifica a nossa opção por analisar a entrevista desse segmento do jornalismo.

---

<sup>14</sup> Isso se confirma, conforme nosso levantamento, no caso do jornal **Diário Catarinense** em que a **entrevista pingue-pongue** aparece ocasionalmente no caderno especial de cultura, publicado aos domingos.

### 2.3 SELEÇÃO E DESCRIÇÃO GERAL DOS DADOS DE PESQUISA

Os dados de pesquisa constituem-se em 52 (cinquenta e dois) enunciados do gênero<sup>15</sup> **entrevista pingue-pongue**, publicados em três revistas semanais de circulação nacional, **CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**<sup>16</sup>, assim subdivididos: 4 (quatro) entrevistas publicadas na revista **CartaCapital**, 24 (vinte e quatro) entrevistas publicadas na revista **ISTOÉ** e 24 entrevistas publicadas na revista **Veja**. Essas entrevistas correspondem a todas as incidências de publicação do gênero, que foram publicadas nas edições das referidas revistas no período de 4 de outubro a 8 de novembro de 2006, época da cobertura do segundo turno das eleições presidenciais no Brasil, constituindo este um evento da vida social e política que foi valorado e validado pela esfera jornalística.

A opção metodológica pela análise de **entrevistas pingue-pongues** veiculadas em diferentes revistas e de editoras diferentes, *a priori*, não teve por objetivo estabelecer um estudo comparativo<sup>17</sup> entre essas revistas, mas ampliar a análise do gênero em questão, pois, ao fazer tal opção, aumentamos a possibilidade de apreensão das regularidades do gênero.

Com relação aos critérios para a escolha das revistas, buscamos, primeiramente, uma correspondência entre elas, verificada na observação de alguns requisitos em comum, a saber: o mesmo espaço de circulação (nacional), a mesma classificação (revistas de informação geral) e a mesma periodicidade (revistas semanais). As três revistas selecionadas contemplam tais critérios. Em segundo lugar, seguindo orientação da banca de qualificação do projeto, buscamos um critério de diferenciação das revistas para estabelecer um contraponto ideológico entre elas. Dessa forma, às revistas **Veja** e **ISTOÉ**, que já constavam do projeto

---

<sup>15</sup> O detalhamento dos dados será realizado na apresentação da análise da dimensão verbal do gênero (Cap. 4).

<sup>16</sup> As revistas serão referenciadas conforme a indicação mencionada na capa das referidas revistas: **CartaCapital**, sem espaço entre as palavras; **ISTOÉ**, toda em letra maiúscula e sem espaço entre as palavras; e **Veja**, com a letra inicial maiúscula.

<sup>17</sup> Apesar de a pesquisa, como já dito, não ter um caráter comparativo, em algumas situações, quando se perceberam diferenças no objeto de estudo em virtude da linha editorial, optamos por evidenciar tal distinção entre as revistas.

inicial, acrescentamos, a revista **CartaCapital** (que foi a revista sugerida pela banca), justificada pela possibilidade de proporcionar à pesquisa um contraponto ideológico às demais revistas, uma vez que a referida publicação tem sido conceituada, na esfera jornalística, como uma revista de posição político-ideológica distinta das revistas **ISTOÉ** e **Veja**.

## 2.4 CONTEXTUALIZAÇÃO DAS REVISTAS

Esta seção tem por objetivo contextualizar as revistas pesquisadas<sup>18</sup>, apresentando um breve histórico da fundação de cada uma das revistas, a proposta da linha editorial e alguns dados numéricos (circulação, vendas, etc.). A contextualização foi realizada a partir da bibliografia disponível, sendo que, durante a busca de referencial bibliográfico, tivemos dificuldade em encontrar pesquisas acadêmicas que aprofundassem as características de cada uma das revistas pesquisadas, para que pudéssemos construir uma contextualização mais “consistente” e menos ancorada na perspectiva da esfera jornalística, que, não raras vezes, revela uma tendência a “maquiar” o poder ideológico da revista.

Tendo em vista tal dificuldade na obtenção de referencial teórico, foram consultados os *sites* das referidas revistas e também estabelecido contato, via *e-mail* e telefone, com a redação das revistas e com o Instituto Verificador de Circulação (IVC)<sup>19</sup>. Assim, as informações apresentadas, na maioria das vezes, foram fornecidas pelas redações das revistas pesquisadas, e, portanto, são informações valoradas pela própria empresa.

Em linhas gerais, pudemos constatar que as revistas selecionadas têm sede em São Paulo, possuem circulação nacional, têm uma periodicidade semanal, discutem assuntos da

---

<sup>18</sup> O perfil do leitor previsto pelas editorias das revistas será aprofundado no Capítulo 3, onde discutiremos o interlocutor previsto do gênero **entrevista pingue-pongue**.

<sup>19</sup> IVC - instituto que visa, por meios de técnicas especializadas de auditoria, a apurar a circulação de jornais e revistas a eles filiados. As três revistas pesquisadas **CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**, são associadas ao IVC. Ver mais detalhes sobre o instituto em: <http://www.circulacao.org.br/scripts/ijeweb.cgi/iniciar>.

atualidade, como política, economia, comportamento, saúde e divulgação científica. Em síntese, são revistas classificadas como revistas de informação geral. Segue uma breve contextualização de cada uma delas.

#### 2.4.1 Revista CartaCapital

Segundo a redação da revista, a **CartaCapital** foi fundada em agosto de 1994 por Mino Carta<sup>20</sup>, sendo uma publicação da Editora Confiança Ltda. A princípio, era uma revista mensal de política, economia e negócios, mas, logo em seu segundo aniversário (agosto 1996), passou a circular quinzenalmente, fornecendo aos leitores informação sobre variados assuntos e em menor intervalo de tempo. Em 2001, entendendo que as revistas semanais de informação tinham seu modelo esgotado em função da evolução dos meios de informação (Internet, jornais diários, programas de rádio, noticiários de televisão dos canais convencionais e por assinatura), a **CartaCapital** passou a incluir conteúdo de cultura e mudou sua periodicidade para semanal (CARTACAPITAL, 2006b)<sup>21</sup>.

De acordo com a redação da revista, a linha editorial baseia-se em quatro princípios básicos que definem sua postura e compromisso com os leitores: independência, coragem, espírito investigativo e confiabilidade. Esses princípios garantiram, em onze anos de existência, “um grande respeito por parte dos leitores, anunciantes e fornecedores”. Além disso, tendo como objetivo “informar com consistência, profundidade e análise de conteúdo, a revista passa a atrair o interesse de um público mais jovem, que busca entender melhor os assuntos ligados à política, economia e cultura” (CARTACAPITAL, 2006b).

Seguem outros dados sobre a revista, referentes ao mês de abril de 2007:

---

<sup>20</sup> O jornalista Mino Carta dirigiu as equipes criadoras do **Jornal da Tarde** e das revistas **Quatro Rodas**, **Veja**, **ISTOÉ** e **CartaCapital**, da qual, atualmente, é diretor de redação.

<sup>21</sup> CartaCapital, Redação da revista. **Histórico da revista CartaCapital**. 05 dez. 2006b. [Obtido via *e-mail*].

- **Perfil do leitor<sup>22</sup>:**

**Idade:** 17% com idade entre 20 e 24 anos; 34% com idade entre 25 e 34 anos; 16% com idade entre 35 e 44 anos e 11% com idade entre 45 e 59 anos.

**Classe social:** 37% classe A; 53% classe B; 64% dos leitores possuem curso superior, ocupam cargos de destaque na sociedade.

**Sexo:** M - 55% e F - 45%

- **Preço de capa:** R\$ 7,90

13 anos de existência

- **Circulação<sup>23</sup>:**

**Tiragem semanal:** 35.298

**Vendas por assinaturas:** 23.431

**Vendas nas bancas:** 11.858

**Vendas no exterior:** 9

#### 2.4.2 Revista ISTOÉ

De acordo com informações da redação da revista, podemos dizer que a **ISTOÉ** surgiu no cenário do jornalismo de revista em maio de 1976, quando o jornalista Mino Carta deixou a direção da revista **Veja** para participar da criação da revista **ISTOÉ**. A escolha do nome **ISTOÉ** chama bastante atenção do público leitor, pois é uma expressão afirmativa equivalente a ‘ou seja’, ‘em resumo’, e cujo título remete para a concepção de uma revista explicativa. Em seu primeiro ano, **ISTOÉ** teve publicações mensais, entretanto, já no ano seguinte, assumiu o posto de revista semanal, o que significa dizer que passou a concorrer no mercado editorial de revistas como a **Veja** (**ISTOÉ**, 2006)<sup>24</sup>. Atualmente, a revista é o “carro chefe” de um dos maiores grupos editoriais de revistas do Brasil, a Três Editorial Ltda, que publica, além da **ISTOÉ**, as revistas **ISTOÉ Gente** e **ISTOÉ Dinheiro**.

---

<sup>22</sup> CartaCapital, Redação da revista. **Apresentação Institucional**. 05 dez. 2006a. [Obtido via *e-mail*].

<sup>23</sup> Os dados foram fornecidos pelo IVC, via *e-mail*, em 25 de maio 2007.

<sup>24</sup> **ISTOÉ**, Redação da revista. **Dados da revista ISTOÉ**. 12 set. 2006. [Obtido via *e-mail*].

Segundo a redação da revista, em janeiro de 2006, a Três Editorial ampliou seus negócios com o início da parceria com o grupo AOL Time Warner. Com isso, as edições das revistas integram, semanalmente, edições traduzidas das revistas **Time**, **People** e **Fortune**. O objetivo, de acordo com a revista, é globalizar a informação e, através da parceria com o maior grupo de revistas do mundo, trazer uma grande vitalização para a empresa, ampliando o leque de opções dos leitores<sup>25</sup>.

De acordo com Vannuchi (2006) com relação à organização da revista, atualmente, a **ISTOÉ** é dividida basicamente em sete editorias: Brasil, Economia, Internacional, Ciências e Tecnologia, Saúde, Cultura e Comportamento, além de uma seção chamada Semana, na qual são publicadas notas de interesse geral, e de um caderno que reproduz seis páginas produzidas pela **Time**, que são traduzidas para o português.

Seguem outros dados referentes à revista **ISTOÉ**.

- **Perfil do leitor**<sup>26</sup>:

**Idade:** não informado

**Classe social:** Homens e mulheres, pertencentes à classe B e C. São diretores, executivos, gerentes e supervisores, cuja renda média familiar é de até cinco salários e o nível de instrução colegial.

- **Preço de capa:** R\$ 7,90

30 anos de existência

- **Circulação**<sup>27</sup>:

**Tiragem semanal:** 344.679

**Vendas por assinaturas:** 300.989

**Vendas nas bancas:** 43.670

**Vendas no exterior:** 20

---

<sup>25</sup>Informações disponíveis em: [http://www.terra.com.br/istoe/1888/brasil/1888\\_afinidades\\_eletivas.htm](http://www.terra.com.br/istoe/1888/brasil/1888_afinidades_eletivas.htm). Acesso em 03 fev. 2006.

<sup>26</sup> **ISTOÉ**, Redação da revista. **Dados da revista ISTOÉ**. 12 set. 2006. [Obtido via *e-mail*].

<sup>27</sup> Esses dados referem-se ao mês de abril de 2007 e foram fornecidos pelo IVC, via *e-mail*, em 25 de maio 2007.



### 2.4.3 Revista Veja

Segundo Augusti (2005), a revista **Veja** teve como primeiro nome **Veja e leia**. Sua primeira edição chegou ao mercado em 11 de setembro de 1968, quando apresentou em sua capa o símbolo do comunismo, a foice e o martelo, sobre um fundo vermelho, com a seguinte manchete ‘O grande duelo no mundo comunista’. Foi idealizada por Roberto Civita, filho do fundador do grupo Abril<sup>28</sup>, Victor Civita. A então recém-criada revista **Veja** surgiu de uma inspiração no modelo americano de jornalismo, em virtude de Roberto Civita ter estudado muitos anos nos Estados Unidos.

Segundo Vilas Boas (1996), desde sua primeira publicação, a revista passou por altos e baixos, tais como queda nas vendas e o período de ditadura militar, que foi um momento restritivo à imprensa de modo geral. Nos anos 90, a **Veja** alcançou a posição de revista informativa semanal de maior circulação nacional, vendendo mais de um milhão e duzentos mil exemplares. Segundo o autor, a revista **Veja** alcançou repercussão jamais vista na história do jornalismo de revista no Brasil. No “ranking” mundial, ela figura entre as quatro maiores neste segmento, atrás somente das americanas **Time**, **Newsweek** e **U.S. News and World Report**.

Vilas Boas (1996), ao caracterizar o modelo de jornalismo proposto pela revista, pontua que os assuntos considerados de interesse são veiculados por meio de ângulos espetaculares e sensacionais. Em meados da década de 70, a revista foi responsável por iniciar uma tendência à padronização, ou seja, tinha-se a impressão de que os textos da revista haviam sido escritos, do início ao fim, pela mesma pessoa, não abrindo espaço para o

---

<sup>28</sup> O grupo Abril foi fundado em 1950 e é composto pelas seguintes empresas: Editora Abril (revistas), Editoras Ática e Scipione (livros escolares), TVA (TV paga, Internet banda larga e voz sobre IP - Voip) e MTV (TV segmentada). Dados disponíveis em: [http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo\\_43899.shtml](http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43899.shtml). Acesso em 04 de fev. de 2006.

chamado texto autoral. Atualmente, ela já vem dando maior espaço ao texto assinado (VILAS BOAS, 1996).

Como no caso das revistas anteriores, seguem dados da **Veja** em números.

- **Perfil do leitor<sup>29</sup>:**

**Idade:** 20% entre 10 a 19 anos; 13% entre 20 a 24 anos; 30% entre 25 a 39 anos; 17% entre 40 a 49 anos e 20% com mais e 50 anos.

**Classe social:** A – 30%, B - 41% e C - 21%.

**Sexo:** M - 47% e F- 53%

- **Preço de capa:** R\$ 8,40

39 anos de existência

- **Circulação<sup>30</sup>:**

**Tiragem semanal:** 1.106.363

**Vendas por assinaturas:** 930.888

**Vendas nas bancas:** 178.733

**Vendas no exterior:** 4.655

## 2.5 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE E DE APRESENTAÇÃO DOS DADOS

A pesquisa do gênero **entrevista pingue-pongue** seguiu três referências metodológicas integradas, ancoradas na concepção dialógica da linguagem do Círculo de Bakhtin. São elas:

1. A metodologia proposta por Bakhtin/Volochínov em **Marxismo e Filosofia da Linguagem** (2004) para uma análise sociológica das formas da língua, que parte da dimensão social para chegar à dimensão lingüística, conforme se pode verificar na citação a seguir:

1. As formas e os tipos de interação verbal em ligação com as condições concretas em que se realiza;

---

<sup>29</sup> Dados obtidos no *site* da revista. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=47>. Acesso em 24 maio de 2007.

<sup>30</sup> Dados fornecidos pelo IVC, via *e-mail*, em 25 de maio 2007.

2. As formas das distintas enunciações, dos atos de fala isolados, em ligação estreita com a interação de que constituem os elementos, isto é, as categorias de fala [gêneros do discurso] na vida e na criação ideológica que se prestam a uma determinação pela interação verbal.
3. A partir daí, exame das formas da língua na sua interpretação habitual (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 124).

2. A concepção de texto como enunciado, proposta por Bakhtin em **Estética da Criação Verbal** (2003) para estudo do enunciado, das relações dialógicas e dos gêneros, que considera a dimensão social como elemento constitutivo do enunciado e do gênero.

3. A metodologia elaborada por Rodrigues (2001) para análise de gêneros, a qual toma por princípio as referências anteriores e cuja proposta metodológica é a análise de gêneros em duas etapas e dimensões inter-relacionadas: análise da dimensão social do gênero (esfera social, situação social de interação (horizonte temporal espacial, temático, axiológico), concepção de autor, interlocutor, finalidade discursiva da interação) e análise da dimensão verbal do gênero (conteúdo temático, composição, estilo, extensão textual).

A articulação dessas três referências metodológicas teve como embasamento teórico a concepção dialógica da linguagem do Círculo de Bakhtin, de onde, segundo Geraldini (2006), não é possível extrair um método de pesquisa que apresente certezas absolutas, mas um horizonte de possibilidades para se pensar a linguagem em sua dinamicidade. Para Bakhtin/Volochínov (2004), a comunicação verbal não poderá jamais ser compreendida e explicada fora do vínculo com a situação concreta, assim, para se conceber a linguagem, sem perder de vista seu caráter dinâmico de uma abordagem de cunho sociológico, é necessário considerar que o ponto de partida para análise são os estratos sociais mais amplos, para então se chegar à materialidade lingüística. Essa “ordem metodológica” para análise da língua, que constituiu o percurso desta pesquisa para analisar o gênero **entrevista pingue-pongue**, pode ser visualizada na esquematização a seguir:

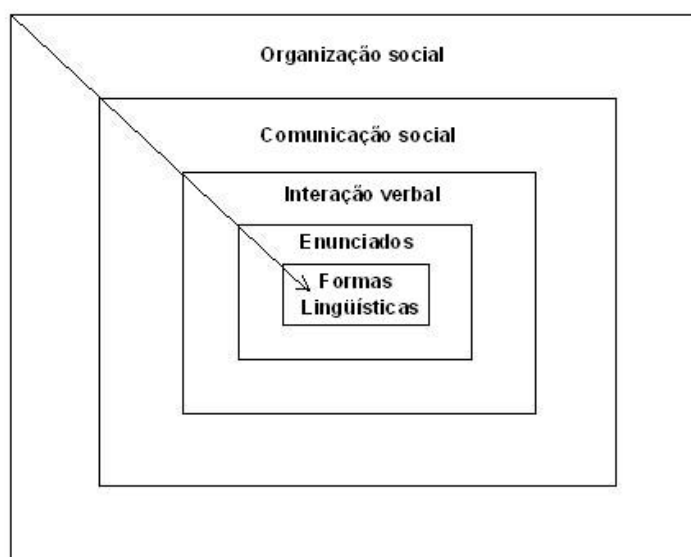


Figura 1- Entrada de análise da linguagem na perspectiva de Bakhtin (adaptado de Geraldi, 2006).

Já com relação ao tratamento dos dados, podemos dizer que se trata de uma análise interpretativa que está “atravessada” pelas leituras e concepções teóricas de nossa linha de pesquisa. Bakhtin (2003c), ao discutir a índole dialógica dos enunciados integrais, também fez sua análise do pesquisador, considerando-o como um participante do diálogo e não somente um observador/comentador das interações discursivas, conforme verificamos na seguinte afirmação:

A compreensão dos enunciados integrais e das relações dialógicas entre eles é índole inevitavelmente dialógica (inclusive a compreensão do pesquisador de ciências humanas); o entendedor (inclusive o pesquisador) se torna participante do diálogo ainda que seja em um nível especial (em função da tendência da interpretação e da pesquisa) (BAKHTIN, 2003c, p.332).

O autor completa sua visão sobre a posição do pesquisador como participante do diálogo ao afirmar que “um observador não tem posição fora do mundo observado, e sua observação integra como componente o objeto observado” e, ainda, ao dizer que “o entendedor [pesquisador] se torna inevitavelmente um terceiro no diálogo” (BAKHTIN, 2003c, p.332). Ao realizarmos a pesquisa na posição de pesquisadora e embasando este

estudo no horizonte teórico e metodológico de Bakhtin, não tivemos a pretensão de esgotar as possibilidades de análise do gênero **entrevista pingue-pongue**, mas a de construir uma análise interpretativa que apreenda as regularidades desse gênero.

No tratamento dos dados, procuramos, em todos os momentos, manter uma “postura bakhtiniana” no sentido de não fechar as possibilidades de análise, ou seja, não partimos de categorias de análise pré-estabelecidas, mas buscamos fazer justamente o caminho inverso, realizando um exercício contínuo de “olhar” para os dados, e, somente a partir deles, buscar as regularidades que se sobressaíssem no gênero. Partimos de uma perspectiva de cunho dialógico para o estudo de gêneros, que analisa o gênero em sua dinâmica social, como enunciados que apresentam uma “relativa” estabilidade.

Nesse intuito, para proceder à análise dos dados, pontuamos, de acordo com Rodrigues (2001), duas grandes categorias de análise como ponto de partida: a dimensão social e a dimensão verbal do gênero **entrevista pingue-pongue**. Destacamos que essas duas categorias gerais de análise também serviram de parâmetro para a divisão da apresentação da análise dos dados, que está organizada em dois capítulos: a dimensão social (Capítulo 3) e a dimensão verbal (Capítulo 4) do gênero. Esse procedimento se justifica somente por questões de apresentação da pesquisa, tendo em vista que elas são dimensões indissociáveis na concretização do enunciado e, portanto, também na análise do gênero. Segundo Rodrigues (2001, p. 248), “[...] tem-se uma relação inextricável entre as dimensões social e verbal do enunciado, que formam a sua unidade, e do enunciado singular e o seu gênero”.

Apresentaremos as regularidades “salientes” na **entrevista pingue-pongue** nos capítulos correspondentes às duas categorias supracitadas. Com o objetivo de facilitar a leitura, construímos um mapa de análise dos dados (Cf. figura 2), que apresenta visualmente as regularidades genéricas encontradas nos dados e que constituem seções dos Capítulos 3 e 4 desta dissertação.

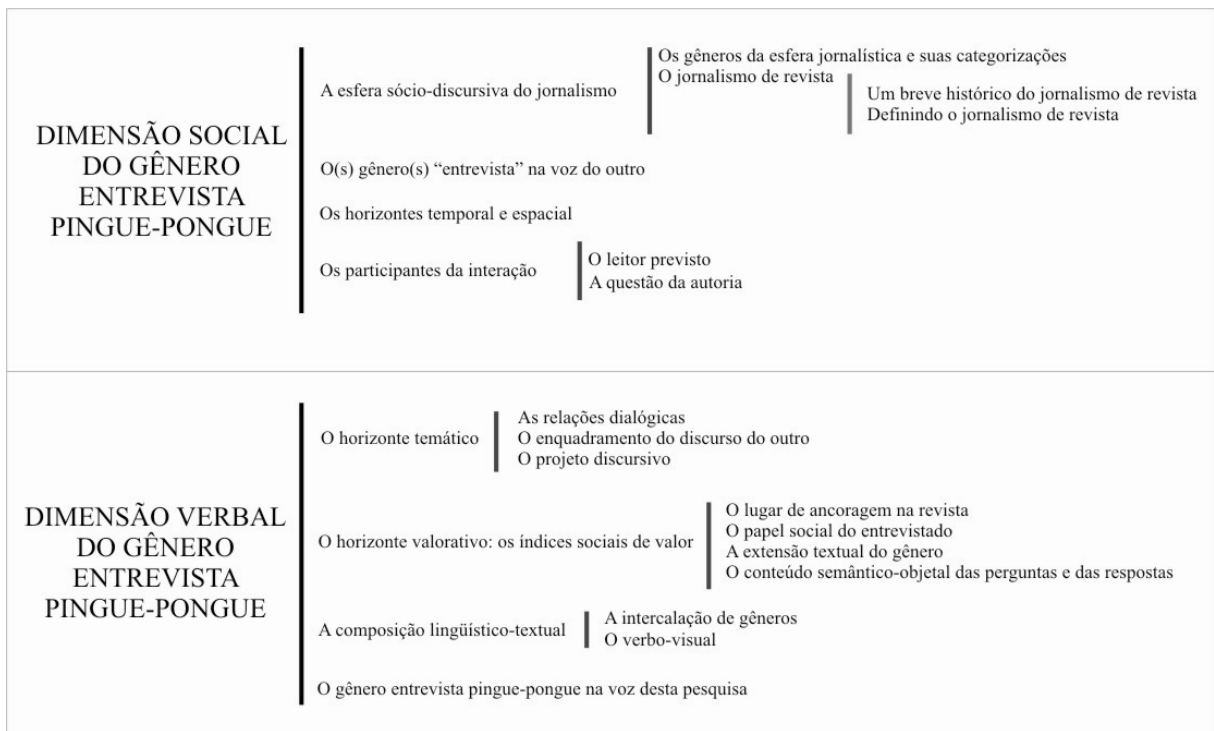


Figura 2 - Mapa da análise dos dados.

Tudo se reduz ao diálogo, à contraposição dialógica enquanto centro. Tudo é meio, o diálogo é o fim. Uma só voz nada termina, nada resolve. Duas vozes são o mínimo de vida.

(BAKHTIN)

### 3 A DIMENSÃO SOCIAL DO GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE

Neste capítulo, discutiremos aspectos da dimensão social do gênero **entrevista pingue-pongue**. Inicialmente, apresentaremos a análise da esfera sócio-discursiva do jornalismo e do jornalismo de revista (lugar de produção e de circulação do gênero pesquisado). Além disso, abordaremos a polissemia que envolve o termo ‘entrevista’ e os conceitos divergentes acerca do(s) **gênero(s) entrevista(s)**.

Essa primeira parte é resultado de pesquisa teórica baseada em textos da esfera do trabalho do jornalismo<sup>31</sup> e das esferas científicas da Comunicação Social<sup>32</sup> e da LA. Trata-se de um diálogo entre autores que “falam” de espaços sociais diferenciados, o qual implica uma diversidade conceitual. Fizemos esse “movimento” teórico-dialógico porque julgamos que não poderíamos “apagar” as “outras” vozes que já falaram sobre o(s) gênero(s) entrevista(s), mesmo que não se refiram sempre ao gênero aqui contemplado e/ou que não estejam em consonância com a nossa base teórica. Compreendemos que, em uma perspectiva bakhtiniana, a pesquisa se pauta em um movimento constante entre os já-ditos e a análise dos dados, e será a partir desse movimento dialógico que chegaremos a uma abordagem do gênero **entrevista pingue-pongue**.

No intuito de “costurar” todos os discursos que se entrelaçam nesse diálogo, procuramos, na maior parte do tempo, contrapor esses conhecimentos à base teórica da nossa

---

<sup>31</sup> O conhecimento produzido na esfera sócio-discursiva do trabalho do jornalismo caracteriza-se por ser o conhecimento especializado/procedimental adquirido pelo jornalista em sua prática profissional nas empresas de comunicação das variadas mídias (jornal diário, revista, Internet, TV, rádio).

<sup>32</sup> Para fins de pesquisa, consideramos a ciência da Comunicação como o conhecimento produzido por pesquisadores dessa área, estando, pois, ligado aos cursos de formação em jornalismo e à produção acadêmica, constituindo-se no conhecimento compartilhado na esfera sócio-discursiva científica (da comunicação). É preciso frisar que a ciência da Comunicação Social é um campo relativamente novo, o que traz uma série de discussões, como a da existência ou não de desenvolvimento de ciência da Comunicação Social. Isso ocorre, segundo Marques de Melo (2003, p. 14), “Porque o progresso da pesquisa mantém-se descompassado em relação às mudanças vertiginosas do próprio campo”.



pesquisa, para tanto, estabelecemos sempre uma contrapalavra bakhtiniana, com o objetivo de conferir um fio condutor pertinente ao nosso escopo teórico.

Por último, abordaremos os elementos mais particulares da dimensão social do gênero **entrevista pingue-pongue**, através da apresentação de parte dos elementos cronotópicos do gênero: os horizontes temporal e espacial e os participantes da interação discursiva, isto é, o leitor previsto e a autoria do gênero.

### 3.1 A ESFERA SÓCIO-DISCURSIVA DO JORNALISMO

Como já dito no Capítulo 1, a constituição dos gêneros está relacionada ao seu espaço social de uso, ou seja, às esferas das atividades humanas. Para Rodrigues (2005), cada gênero ‘reflete’ no seu próprio conteúdo temático, no estilo verbal e na composição, as condições e a finalidade da esfera a qual pertence e “[...] cada esfera conhece e ‘aplica’ os seus próprios gêneros” (RODRIGUES, 2001, p. 7).

De acordo com Rojo (2005), as esferas comunicativas, em Bakhtin, são divididas em dois grandes grupos: as esferas do cotidiano (familiares, íntimas, comunitárias etc.), onde circulam as ideologias do cotidiano, e aquelas dos sistemas ideológicos constituídos (moral, ciência, arte, religião, política, imprensa). É relevante lembrar (Cf. seção 1.5) que Bakhtin (2003d) associa os gêneros primários às esferas cotidianas e os gêneros secundários às esferas dos sistemas ideológicos constituídos.

O nosso objeto de pesquisa caracteriza-se como um gênero secundário, cuja constituição e circulação ocorrem em uma das esferas dos sistemas ideológicos constituídos, o

jornalismo<sup>33</sup>, que é, por sua vez, responsável pela produção e refração de conteúdos sócio-ideológicos.

Nessa relação intrínseca entre esferas sociais e gêneros do discurso, Bakhtin afirma que

Em cada campo existem e são empregados gêneros que correspondem às condições específicas de dado campo; é a esses gêneros que correspondem determinados estilos. Uma determinada função (científica, técnica, publicística [jornalística], oficial, cotidiana) e determinadas condições de comunicação discursiva, específicas de cada campo, geram determinados gêneros, isto é, determinados tipos de enunciados estilísticos, temáticos e composicionais relativamente estáveis (BAKHTIN, 2003d, p. 266).

Refletir sobre a dinâmica da esfera sócio-discursiva do jornalismo implica, necessariamente, pensar nas condições sócio-históricas de sua origem e desenvolvimento e na sua função sócio-discursiva no conjunto da vida social (RODRIGUES, 2001).

De acordo com Kunczik (2002), historicamente, o jornalismo tem suas origens na Europa central, tendo como antecessores dos jornalistas contemporâneos os viajantes e os cronistas das cortes, que comentavam os acontecimentos do dia nas feiras, nos mercados e nas cortes aristocráticas; os mensageiros; os escrivães públicos; e, posteriormente, os editores de livros; os administradores de correios; os negociantes; os diplomatas, enfim, as pessoas com acesso à informação. A primeira distribuição profissional noticiosa comercializada e veiculada ao público ocorreu em Veneza, no século XVI, reunindo informações diversificadas escritas à mão. Desde essa época, trilhou-se um longo percurso histórico até chegar ao jornalismo contemporâneo.

Contemporaneamente, os conceitos que se encontram na ciência da Comunicação sobre o jornalismo são diversos e muitas vezes se contrapõem. Essa contraposição pode ser

---

<sup>33</sup> O estudo da esfera sócio-discursiva do jornalismo está embasado na tese de doutorado de Rodrigues, R. H. **A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo** (2001) e em autores da esfera da ciência da Comunicação Social.

verificada na abordagem dos seguintes autores: Kunzik (2002), Sousa (2005) e Marques de Melo (2003). Segundo Kunczik (2002), o jornalismo pode variar entre uma definição ampla, como uma profissão de comunicação, até uma definição mais delimitada como a profissão das pessoas que reúnem, detectam, formulam o conteúdo do produto da comunicação de massa e avaliam e difundem as notícias; ou ainda, que comentam os fatos do momento. Já na definição de Sousa (2005), o jornalismo é entendido como uma forma de comunicação em sociedade cuja principal função social é a de informar sobre todos os acontecimentos, questões úteis e problemáticas socialmente relevantes, como noticiar os acidentes, os casos de polícia, o desporto, a moda, o património natural e histórico, as notícias do exterior, o comportamento da bolsa de valores, a informação de serviços, as pesquisas de mercado para ajudar o consumidor a fazer as melhores escolhas; esses são, segundo ele, somente alguns dos muitos temas abordados pelo jornalismo.

Tanto Kunczik (2002) como Sousa (2005) exaltam o carácter informativo do jornalismo. Já a concepção de Marques de Melo (2003), por seu turno, amplia o conceito de jornalismo, evitando reduzi-lo à função meramente informativa. Para o autor, “o jornalismo articula-se [...] em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que passa)” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 63). Nessa acepção, o jornalismo assume duas modalidades, a descrição dos fatos e a versão dos fatos, e é concebido como

[...] um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (MARQUES DE MELO, 2003, p. 17).

Já com relação às características do jornalismo, Marques de Melo (2003) afirma que ele é balizado pela atualidade, universalidade, periodicidade e difusão. A atualidade está

ligada à necessidade social de conhecimento dos acontecimentos que se relacionam com o presente e o influenciam; a universalidade corresponde às expectativas e reações da coletividade; a periodicidade, por sua vez, refere-se à noção de tempo e à capacidade da instituição jornalística de “coletar” e fazer circular a informação, ou seja, à distribuição regular das notícias; e, por fim, a difusão se relaciona com os meios tecnológicos de transmissão de informação, com a maneira de atingir a coletividade. O conceito de jornalismo apresentado por Marques de Melo (2003) mostra-se mais abrangente, uma vez que o autor considera o jornalismo como um processo social que não abrange tão somente uma função informativa.

Além disso, o autor considera que o jornalismo se configura como um processo social autônomo, contínuo e permanente, em virtude da necessidade que os cidadãos têm de recorrer a uma mediação para apreender uma realidade que se tornou muito mais ampla do que aquela captada pelos “mecanismos da sensorialidade individual” (MARQUES DE MELO, 2003).

Entretanto, podemos dizer que essa visão de jornalismo “autônomo” e que apreende “uma realidade” pode ser questionada a partir das bases teóricas desta pesquisa se levarmos em consideração o que Bakhtin fala sobre o enquadramento do discurso do outro. Nessa perspectiva, o que o jornalismo faz não é somente “apresentar” uma realidade e um discurso, mas criar cenas/representações, enfim, empreender “enquadramentos da realidade e dos discursos” no espaço do jornalismo, configurando uma imagem do real, que não é uma transposição pura e simples da realidade e do discurso do outro, mas sempre refratada (além disso, é preciso lembrar que o acesso à realidade é sempre mediado pelo discurso).

Bakhtin (1998, p.156) afirma que “O contexto que enquadra lapida os contornos do discurso de outrem como um cinzel do escultor [...]”. Portanto, o jornalismo “colore” os fatos e discursos que “enquadra”, “imprimindo” um “tom” valorativo aos acontecimentos sociais

que são “trazidos” à esfera jornalística. Essa questão se relaciona com o discurso hegemônico que reduz o jornalismo à veiculação de informação; aceitar tal acepção, é, no mínimo, reduzir o poder ideológico que se interpõe entre o fato e sua veiculação, pois, ao “pescar” no mundo fatos noticiosos e torná-los “conteúdos jornalísticos”, a esfera do jornalismo está, de certa maneira, atribuindo uma valoração axiológica aos acontecimentos que “merecem” compor o espaço jornalístico. No escopo desse estudo, o jornalismo não é visto somente como uma instância noticiosa, mas é, antes de tudo, uma esfera sócio-discursiva e ideológica que, segundo Rodrigues (2005), dentre outras atribuições, é responsável por mediar as interações estabelecidas em seus gêneros, determinar a autoria e autorizar os sujeitos a se pronunciarem nesse espaço.

Assim não é possível estabelecer uma fronteira nítida entre a descrição do fato (informação) e a exposição de uma versão sobre o fato (comentário). Como, na perspectiva bakhtiniana, a palavra é um lugar de tensões e de confrontos de índices sociais de valor<sup>34</sup>, podemos dizer que os conteúdos jornalísticos chegam aos destinatários previstos “repletos” de já-ditos e de julgamentos de valor, “umedecidos” por críticas ou por palavras de concordância; enfim, os conteúdos jornalísticos não constituem informação “pura” como se pretende no escopo teórico do jornalismo, pois “[...] as relações entre os parceiros da enunciação não se dão num vácuo social [...]” (ROJO, 2005, p. 197).

No interior das esferas sociais, dentre elas a do jornalismo, os interlocutores ocupam lugares sociais, estabelecem relações hierárquicas e interpessoais, selecionam certos temas, adotam certas finalidades ou intenções comunicativas, e o fazem a partir de apreciações valorativas sobre o tema e sobre o interlocutor. Assim, como dito, o jornalismo não expressa tão somente notícias, fatos; expressa, sobretudo, valoração axiológica sobre tais acontecimentos; expõe, de forma explícita ou implícita, a apreciação valorativa dos

---

<sup>34</sup> Aprofundaremos o conceito de índice social de valor na seção 4.2.

interlocutores. Um exemplo disso é o próprio discurso jornalístico sobre a chamada “isenção” ou “imparcialidade” jornalística, cuja percepção já caracteriza uma construção eminentemente ideológica, tendo em vista a não existência de enunciados neutros, já que o uso da língua é inseparável do seu conteúdo ideológico (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004).

Tentando ainda ampliar o conceito de esfera sócio-discursiva do jornalismo, é possível encontrar fora do escopo da ciência da Comunicação algumas referências. Na própria obra bakhtiniana, há esboços de uma definição de jornalismo, conforme a seguinte afirmação do autor:

O jornalista é acima de tudo um contemporâneo. É obrigado a sê-lo. Vive na esfera de questões que podem ser resolvidas em sua atualidade (ou a menos num tempo próximo). Participa de um diálogo que pode ser terminado e até concluído, que pode passar à ação, pode tornar-se força empírica (BAKHTIN, 2003a, p. 388).

Bakhtin se refere ao jornalismo como retórica viva e contemporânea. É importante salientarmos que naquele contexto, ainda não se havia popularizado a perspectiva norte-americana de jornalismo, que propõe um modelo de jornalismo eminentemente “informativo”. Para o autor, a atividade jornalística e os gêneros por ela produzidos estão mais relacionados ao comentário; nesse sentido, Bakhtin refere-se ao jornalismo e seus gêneros como retórica moderna constituída de capacidade persuasiva. Além disso, ele ressalta o seu caráter de atualidade ao afirma que “[...] o discurso retórico é o discurso do próprio homem atuante ou dirigido aos homens atuantes” (BAKHTIN, 2003a, p. 389). Segundo Rodrigues (2001, p. 80), na visão bakhtiniana, “A condição de jornalista requer o tratamento de tudo no corte da atualidade, constituindo-se a página do jornal [ou de revista, como é o nosso caso] como um reflexo vivo das contradições da atualidade social onde se desenvolvem [...] enunciados diversos e contraditórios”.

Até o momento, buscamos caracterizar a esfera sócio-discursiva do jornalismo e para que possamos aprofundar essa análise, apresentaremos, na seqüência, uma discussão sobre as categorizações e os gêneros da referida esfera.

### 3.1.1 Os gêneros da esfera jornalística e suas categorizações

A esfera jornalística produz, além da **entrevista pingue-pongue**, diversos outros gêneros. Nos estudos acadêmicos sobre os gêneros jornalísticos, encontram-se classificações variadas, como as européias, norte-americanas e hispano-americanas. De acordo com Marques de Melo (2003), tradicionalmente, os gêneros jornalísticos são agrupados pelos pesquisadores em jornalismo informativo e jornalismo opinativo. Sobre essa categorização, o autor afirma que

[...] historicamente a diferenciação entre as categorias *jornalismo informativo* e *jornalismo opinativo* emerge da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos (*news/stories*) das suas versões (*comments*), ou seja, delimitar os textos que continham opiniões explícitas” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 42, grifo do autor).

Essa categorização (*comments* e *story*), segundo o autor, tem uma origem estadunidense e está enraizada na gênese de uma atividade social ainda incipiente, a qual iniciava seus agrupamentos e categorizações. O jornalismo informativo configurou-se como categoria hegemônica no século XIX, a partir do momento em que a imprensa norte-americana acelerou o seu ritmo produtivo, assumindo características de produção industrial. Em virtude desse ritmo acelerado de crescimento, a informação foi convertida em uma espécie de “mercadoria” jornalística. Contudo, Marques de Melo (2003) sugere que, em lugar de uma superposição entre a categoria do jornalismo informativo e o jornalismo opinativo, a

qual modernamente não é mais adequada, perceba-se a correspondência entre essas categorias e os gêneros.

Já com relação às categorias presentes no jornalismo brasileiro, segundo Marques de Melo (2003), também se pode dizer que há uma ancoragem no modelo norte-americano. O autor classifica os gêneros jornalísticos, no Brasil, em gêneros informativos e gêneros opinativos, levando em consideração a natureza empírica da *práxis* jornalística observada e sugerindo uma classificação a partir das duas categorias já mencionadas. Mas ao elaborar essa categorização, Marques de Melo (2003) apresenta reflexões que se distanciam, em certa medida, da concepção tradicional do jornalismo de “escamotear” o seu caráter ideológico.

Sobre a dicotomia que se faz no jornalismo entre informar e opinar, o autor faz o seguinte questionamento: “[...] até que ponto o *jornalismo informativo* efetivamente limita-se a informar e até que ponto o *jornalismo opinativo* circunscreve-se ao âmbito da opinião?” (MARQUES DE MELO, p. 25, grifo do autor). E ainda, completando essa discussão, o autor propõe que admitir a convivência de categorias que agrupem os gêneros não significa desconsiderar o fato de que o jornalismo se constitui em um processo social dotado de profundas implicações políticas, onde o ideológico assume posição determinante.

Os gêneros jornalísticos são agrupados nas categorias supracitadas, conforme a seguinte descrição de Marques de Melo (2003, p. 65):

<b>Jornalismo informativo</b>	<b>Jornalismo opinativo</b>
Nota	Editorial
Notícia	Comentário
Reportagem	Artigo
Entrevista	Resenha
	Coluna
	Crônica
	Caricatura
	Carta

Tabela 1- Agrupamento dos gêneros jornalísticos. Adaptado de Marques de Melo (2003 p. 65).



Nessa classificação, o autor considera que os gêneros informativos se estruturam a partir de um referencial exterior à instituição jornalística, ou seja, “[...] sua expressão depende diretamente da eclosão e evolução dos acontecimentos e da relação que os mediadores profissionais (jornalistas) estabelecem em relação aos protagonistas (personalidades ou organizações)” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65). Os gêneros opinativos, por seu turno, são estruturados por variáveis controladas pela instituição jornalística. Nesses gêneros, a empresa jornalística procura “ir” além do fato noticiado, busca saber o que se pensa sobre ele, assim, esses gêneros “[...] assumem feições: autoria (quem emite a opinião) e angulação (perspectiva temporal ou espacial que dá sentido à opinião)” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 65).

Uma questão que levantamos a respeito dessa classificação diz respeito ao fato do autor inserir o gênero **entrevista** na categoria informativa. Tal classificação, no âmbito desta pesquisa, torna-se bastante conflituosa, uma vez que a análise dos dados mostrou que, muitas vezes, há uma “opinião” explícita do entrevistado<sup>35</sup>, podendo-se situar esse gênero no agrupamento dos gêneros opinativos. Além disso, na exposição que o autor faz sobre os gêneros, a nosso ver, ele não aborda a complexidade do gênero entrevista, uma vez que o conceitua<sup>36</sup> como um “[...] relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade [...]” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 67). O que podemos dizer, a partir de nossa pesquisa, é que nem sempre a entrevista tem foco no fato noticioso. Isso nos faz pensar sobre dificuldade envolvida na tentativa de organizar os gêneros em uma taxionomia estanque e, principalmente, sobre a conceituação dos gêneros da esfera do jornalismo.

---

<sup>35</sup> Esse posicionamento será aprofundado na parte da apresentação da análise da dimensão verbal da entrevista, tendo em vista a possibilidade de exemplificar a nossa contestação.

<sup>36</sup> Na seção 3.2 discutiremos a complexidade que envolve a conceituação do gênero entrevista, tendo em vista a polissemia do termo ‘entrevista’ e os diferentes gêneros que se intitulam como ‘entrevista’.

Até o presente momento, caracterizamos a esfera sócio-discursiva do jornalismo para que fosse possível compreender o funcionamento do gênero **entrevista pingue-pongue** dentro da dinâmica de sua esfera constitutiva. Ainda no âmbito da dimensão social do gênero, discutiremos, a seguir, o jornalismo de revista, aqui entendido como uma segmentação do jornalismo.

### 3.1.2 O jornalismo de revista

Para que seja possível a conceituação do jornalismo de revista, a seguinte linha expositiva é aqui desenvolvida: primeiramente apresentaremos um breve histórico do surgimento do jornalismo de revista; na seqüência, revisaremos alguns conceitos sobre esse tema, expondo as características mais salientes desse segmento jornalístico. As referências que embasaram a análise dessa temática são oriundas da ciência da Comunicação Social, assim sendo, muitas das informações aqui apresentadas, principalmente as que dizem respeito às “vantagens” do texto de revista, são, a nosso ver, posições valorativas dos autores pesquisados. Tais posições, não raras vezes, misturam-se ao conhecimento procedimental do jornalista, como por exemplo, no livro **Jornalismo de Revista**, de Scalzo (2003), bastante utilizado nos cursos de formação em jornalismo. A autora atua na área acadêmica, mas inclui, em seu livro, conhecimentos advindos da sua experiência como jornalista, o que faz com que seu texto se encontre na fronteira entre a teorização sobre o jornalismo (esfera da ciência da Comunicação Social) e a prática jornalística (esfera do trabalho do jornalismo).

### 3.1.2.1 *Um breve histórico do jornalismo de revista*

Segundo Scalzo (2003), a história do jornalismo de revista<sup>37</sup> é bem antiga, já que a primeira revista de que se tem notícia foi publicada em 1663, na Alemanha, e chamava-se **Erbauliche Monaths-Unterredungen**. Tendo características muito aproximadas as de um livro, a primeira revista só foi considerada como tal por apresentar vários artigos sobre teologia, por ser escrita para um público específico e pelo fato de propor uma periodicidade. A publicação da revista alemã inspirou a publicação de outras revistas européias, como o **Journal des Savants** (França, 1665); **Giornaldi dei Litterati** (Itália, 1668) e **Faithfull Account of all Books and Pamphlets** (Inglaterra, 1680). Apesar de todas essas publicações, até 1704 o termo ‘revista’ ainda não era utilizado, o que aconteceu pela primeira vez na Inglaterra.

De acordo com Scalzo (2003), em 1731, em Londres, foi lançada a revista **The Gentleman’s Magazine**; na seqüência, surge a **Ladies Magazine** (1749), com foco no público feminino, ambas consistiam em publicações inspiradas nos grandes magazines (lojas que vendiam produtos variados) e reuniam vários assuntos, os quais eram apresentados de forma **leve e agradável**<sup>38</sup>. A partir dessas publicações é que surge o termo ‘magazine’ para designar ‘revista’ em inglês e francês. No século XIX, as revistas começaram a se popularizar nos Estados Unidos em virtude do aumento dos índices de escolarização; as pessoas alfabetizadas queriam ler e se instruir. Dessa forma, desde sua origem, o jornalismo de revista apresenta-se como um novo tipo de publicação, pois se destina a públicos específicos e tem como objetivo aprofundar os assuntos mais do que os jornais e menos do que os livros. Segundo Scalzo (2003, p. 20), “[...] a revista ocupou um espaço entre o livro (objeto

---

<sup>37</sup> O presente levantamento histórico teve como base o livro de Scalzo (2003).

<sup>38</sup> Em alguns momentos, optamos por destacar as concepções advindas da esfera da ciência da Comunicação Social como, por exemplo, a referência ao texto do jornalismo de revista como um **texto leve e agradável**, as quais não coadunam com a teoria de linguagem proposta nesta pesquisa.

sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro)”. Ainda verificando a trajetória histórica do jornalismo de revista, é considerado um momento importante na sua propagação, a publicação da primeira revista ilustrada, a **Illustrated London News** (Londres, em 1842). Com o passar do tempo, tendo em vista o aperfeiçoamento da fotografia e da impressão com meio tom, o uso de imagens nas revistas foi se popularizando.

Scalzo (2003) aponta, ainda, como uma contribuição relevante para a propagação das revistas a publicação da primeira revista semanal de notícias<sup>39</sup>, a **Time**. Essa publicação ocorreu nos Estados Unidos, em 1923, com objetivo de apresentar informações devidamente checadas e pesquisadas, concisas e sistemáticas, separadas em seções. Dessa maneira, foi somente depois da criação da revista semanal de informação (século XX), a qual se tornou o grande “produto” do mercado de revistas nos Estados Unidos, que o jornalismo de revista incorporou, de forma mais consistente, a função de informar. Nesse contexto, em 1936, surge a mais famosa de todas as revistas semanais, a **Life**. O modelo de jornalismo desta última publicação, obedecendo a uma concepção norte-americana de culto ao sucesso, influenciou a criação de várias outras revistas semanais ilustradas na Europa (**Paris Match** (França), **Stern** (Alemanha), entre outras) e no Brasil (por exemplo, **Cruzeiro**, **Manchete** e **Veja**).

Conforme Scalzo (2003), no Brasil, a primeira revista publicada foi **As Variedades** (Salvador, em 1812), que tinha como proposta publicar textos<sup>40</sup> sobre costumes e virtudes morais e sociais, fragmentos de textos clássicos portugueses e resumos de viagens. A revista apresentava um formato muito próximo ao de um livro. Nos anos que se seguiram à publicação dessa primeira revista e tendo como padrão os magazines europeus, outras revistas foram lançadas no Brasil: **Gabinete da leitura**, **O Brasil Ilustrado**, **Histórico e Literário**, **Ostensor Brasileiro**. As primeiras revistas brasileiras “nasceram” com o intuito de divulgar as tendências literárias da época. Um exemplo disso é a revista **Klaxon**, responsável pela

---

<sup>39</sup> As revistas pesquisadas, como dito no Capítulo 2, constituem-se em revistas semanais de informação.

<sup>40</sup> Nas situações em que utilizamos o termo ‘texto’ estamos nos referindo a texto como enunciado.

propagação dos ideais da Semana de Arte Moderna de 1922. Em 1928, seguindo a tendência americana, iniciou-se uma nova etapa nas publicações de revista no Brasil, a qual foi marcada pelo lançamento da revista **O Cruzeiro** (idealizada pelo jornalista Assis Chateaubriand), considerada um grande fenômeno editorial, já que inaugurou a publicação de grandes reportagens, dando enfoque especial ao fotojornalismo. Nessa mesma proposta de jornalismo, surge, em 1952, a **Manchete**, da Editora Bloch, e, em 1966, a revista **Realidade**, da Editora Abril, que foi considerada uma das mais conceituadas revistas brasileiras, também enfocando a reportagem e o jornalismo investigativo. Depois da revista **Realidade**, a Editora Abril investiu no lançamento da revista **Veja**<sup>41</sup>. A partir daí, várias revistas semanais de informação foram lançadas no mercado editorial de revistas.

A partir do estudo sobre o surgimento das revistas, podemos dizer que, estando sua origem ligada à moda feminina, várias revistas surgiram, tanto na Europa como nos EUA, tendo o público feminino como grande mercado consumidor. É também perceptível que os textos das revistas, em princípio, são considerados, pelos autores citados, como “leves” e “agradáveis” por apresentarem uma feição de entretenimento, assim como as lojas de departamento. Isso tem relação com a noção que Marques de Melo (2003) apresenta de jornalismo de entretenimento, o qual busca preencher os momentos de ócio das pessoas e das comunidades, comentando aspectos pitorescos da vida cotidiana<sup>42</sup>.

Já no início do século XX, motivada pelo avanço industrial, surgiu a proposta de um jornalismo de revista como fonte de informação jornalística aprofundada e interpretativa, como é o caso das revistas semanais de informação. No Brasil, o mercado editorial de jornalismo de revista foi fortemente influenciado pelos padrões norte-americanos, aos quais ainda permanece muito ligado, haja vista a revista **Veja**, que segue um modelo

---

<sup>41</sup> Conforme dito no Capítulo 2, a revista **Veja** faz parte das três revistas semanais de informação pesquisadas (**CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**).

<sup>42</sup> A relação entre entretenimento e informação que constitui conteúdo jornalístico é foco de uma discussão “tensa” na esfera do jornalismo.

“pasteurizado”, conforme propõe Vilas Boas (1996), e da revista **ISTOÉ**, que apresenta, semanalmente, edições traduzidas das revistas **Time**, **People** e **Fortune** (Cf. mencionado na seção 2.4.2).

### 3.1.2.2 *Definindo o jornalismo de revista*

A partir desse breve histórico do surgimento da revista, apresentaremos uma conceituação desse segmento do jornalismo, bem como suas características essenciais.

Lage<sup>43</sup>, ao conceituar o jornalismo de revista, afirma que

[...] as revistas formam um universo **atraente**, onde encontram a fotografia, o *design* e o texto. Com periodicidade semanal, quinzenal, mensal ou circulando a intervalos maiores, compreendem uma **variedade grande de estilos**<sup>44</sup> e constituem, sem dúvida, prática jornalística diferenciada (LAGE, 2001, p. 119, grifo nosso).

O autor aponta a diferença entre esse segmento do jornalismo e os demais (o jornalismo diário, por exemplo), ressaltando como fatores preponderantes para a ampliação das possibilidades da prática jornalística, suas características imagéticas (icônicas) associadas à linguagem verbal, que constituem o jornalismo que se faz em revista, e sua periodicidade.

Vilas Boas (1996), que faz uma análise do jornalismo de revista através de uma comparação com os demais segmentos do jornalismo (jornal, TV, rádio)<sup>45</sup>, afirma que a revista busca preencher os vazios informativos deixados pelo jornal diário, pela rádio e pela TV, possibilitando um jornalismo mais aprofundado, interpretativo e documental<sup>46</sup>. Ao estabelecer tal comparação, o autor expõe algumas particularidades do jornalismo que se faz

---

<sup>43</sup> Lage (2001) também se refere ao jornalismo de revista como ‘estilo magazine’.

<sup>44</sup> Faremos, no final desta seção, uma discussão sobre o conceito do termo ‘estilo’ utilizado pelo autor.

<sup>45</sup> Podemos acrescentar à lista do autor o jornalismo na Internet.

<sup>46</sup> A concepção de que o jornalismo de revista se caracteriza por apresentar um jornalismo mais “interpretativo” e “documental” se distancia da tendência desse segmento ao entretenimento.

em revista, a saber: periodicidade, segmentação, apresentação estética e algumas especificidades do texto.

De acordo com Vilas Boas (1996), a periodicidade mais alargada na revista (também mencionada por LAGE, 2001) é um elemento definidor; contando com um intervalo de tempo maior que o jornalismo diário, podem-se discutir acontecimentos que ainda estão em evidência nos noticiários, porém, com uma parcela de pesquisa, documentação e **riqueza textual**. Dessa maneira,

[...] enquanto o jornal diário tem um tempo bastante limitado para organizar sua edição, a revista (mensal, quinzenal ou semanal) tem mais tempo para produzir um **texto** mais **criativo**, e não **meramente informativo**, mas, sobretudo, interpretativo. A revista se propõe mais abertamente a **interpretar o fato** (VILAS BOAS, 1996, p. 8-9, grifo nosso).

Também apresentando um paralelo entre o jornalismo de revista e o jornalismo diário, Vannuchi<sup>47</sup> afirma que

As revistas, por serem menos perecíveis que o jornalismo diário, têm não apenas a função de informar os leitores dos fatos mais importantes da semana ou do mês como também a atribuição de analisar com maior profundidade as implicações sociais (e culturais) advindas do noticiário e promover o debate. Isso acontece na esfera política, na econômica, na cultural, e no que se refere aos temas de saúde e de comportamento (VANNUCHI, 2006).

Entretanto, é preciso destacar que quando os autores citados (VILAS BOAS, 1996 e VANNUCHI, 2006) afirmam que o jornal diário, o rádio e a TV produzem textos “meramente informativos”, eles estão ancorados em uma perspectiva de linguagem da teoria da comunicação, que contempla, *a priori*, os aspectos comunicativos (emissor, receptor,

---

<sup>47</sup> Para construir uma análise do gênero **entrevista pingue-pongue**, do jornalismo de revista, buscamos verificar a concepção que se tem do referido gênero na esfera do trabalho do jornalismo. Assim, procuramos compor o “olhar” do jornalista, que é um dos autores do gênero. Para tanto, estabelecemos contato com o jornalista Camilo Vannuchi, repórter da editoria de comportamento da revista **ISTOÉ**. As informações aqui apresentadas foram obtidas através de entrevista, via *e-mail*, concedida à pesquisadora em 12 de set. 2006.

mensagem), não considerando, antes de tudo, os textos como interação discursivo-axiológica entre interlocutores, conforme a teoria bakhtiniana.

Dado que a palavra está carregada de valorações axiológicas e que, portanto, não é **neutra**, não podemos conceber o texto jornalístico (seja do jornalismo diário, da revista, do rádio, da Internet ou da TV) somente como fonte de informação. Tendo em vista o caráter sócio-ideológico da linguagem, os textos publicados pela esfera jornalística carregam, intrinsecamente, valores sócio-ideológicos. Contudo, concordamos com a concepção de que a revista tem um espaço mais propício para o aprofundamento das notícias propagadas em outras mídias, pois há um tempo maior para a pesquisa, o que, sem dúvida alguma, possibilita um maior detalhamento das matérias jornalísticas. Mas, quando Vilas Boas (1996) diz que o jornalismo de revista possibilita “um jornalismo mais aprofundado, interpretativo e documental”, percebemos que, justamente por ter um espaço maior para “interpretar” o fato, é que, no jornalismo de revista, concentra-se uma carga ideológica extremamente intensa, o que significa dizer que esse segmento de jornalismo possui um elevado “poder” de expressar julgamentos de valor, defendidos pela própria empresa de comunicação.

Sobre a questão da periodicidade, Scalzo (2003) também concorda com a posição de que a periodicidade das revistas (geralmente, semanais, quinzenais ou mensais) é um fator importante na diferenciação entre o jornalismo de revista e o jornalismo diário. Para a autora, o jornalismo de revista não pode se limitar a trazer resumos das notícias já publicadas pelos outros meios durante a semana; ele precisa fazer um jornalismo mais analítico e menos factual. Para Scalzo (2003, p. 41), “É sempre necessário explorar novos ângulos, buscar notícias exclusivas, ajustar o foco para aquilo que se deseja saber”.

Consideramos que, além de ajustar o foco para o movimento de “querer saber” do leitor, também há, no jornalismo de revista (como também nos demais segmentos do jornalismo), o movimento de ajustar o foco para aquilo que se deseja produzir. Nesse sentido,



o jornalismo de revista é o lugar (social) onde se cruzam múltiplos discursos, que são mediados pela esfera sócio-discursiva do jornalismo. Entretanto, como já ressaltado, essa “variedade” pode ocultar uma uniformidade ideológica; esconder um discurso hegemônico. Um exemplo disso pode ser demonstrado com a revista **Veja**, que, durante a análise dos dados, mostrou manter uma “conexão temática interna” entre as seções e os gêneros nelas inseridos: assim, por exemplo, os gêneros da esfera da propaganda atuam em consonância ideológica com o gênero reportagem, ao apresentar o mesmo assunto e assumindo uma posição valorativa de concordância. Observamos que há um diálogo interno na revista, que visa a reforçar uma posição ideológica da própria instância jornalística, ou antes, da empresa jornalística<sup>48</sup>.

Além de diferenciar-se pela sua periodicidade, o jornalismo de revista evidencia também uma forte tendência à segmentação<sup>49</sup>, pois ele procura estabelecer um foco preciso (interlocutor determinado) para cada publicação. As revistas buscam leitores específicos e estão constantemente tentando descortinar novas tendências e, a partir daí, traduzir-se em novos títulos. Ao interagir com grupos restritos, a revista apresenta a capacidade de reafirmar (e até mesmo de alterar) a identidade desses mesmos grupos.

Scalzo (2003, p. 49) aponta como “os tipos de segmentação mais comuns no jornalismo de revista: a) gênero (masculino e feminino); b) idade (infantil, adulta, adolescente); c) região geográfica (cidade ou região); e d) tema (cinema, esporte, ciência etc.)”. A especificidade das revistas é tamanha, que constatamos a existência de uma série de subdivisões dentro das segmentações já constituídas, caracterizando o que podemos chamar de “segmentação da segmentação”. Por exemplo, dentro do segmento do gênero feminino, “[...] existem revistas para mulheres que têm interesse em ginástica, dietas, moda, negócios;

---

<sup>48</sup> Um exemplo dessa “uniformidade” ideológica pode ser encontrado na apresentação da análise dos dados, na seção 4.1.1.

<sup>49</sup> Na seção 3.4.1 apresentaremos o perfil do leitor das revistas pesquisadas (**CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**).

nesse segmento, há ainda as revistas para noivas, para mães, para parturientes. Atualmente, o segmento feminino representa a maior fatia do mercado de revistas” (SCALZO, 2003, p. 35).

De acordo com Scalzo (2003), essa tendência à segmentação foi intensificada na década de 90, que teve como marca a busca da “personalização” das revistas, ou seja, cada leitor teria uma revista feita sob medida, mas, não se chegou a esse estágio, tendo em vista o fato de que a emergência da Internet permitiu ao leitor a possibilidade de construir seu próprio percurso de leitura<sup>50</sup>. Na perspectiva da autora, a segmentação das revistas é evidenciada no fato de que o texto de revista é pensado a partir das preferências de um determinado leitor. Ao se ter em vista o leitor para quem se escreve, a linguagem (ou seja, o estilo) das revistas varia muito de uma publicação para outra, pois cada revista irá “falar” a linguagem de seu leitor específico. Compartilhando a mesma perspectiva, Vilas Boas (1996, p. 86) também defende a idéia de que o texto de revista se constitui em virtude das preferências do leitor, quando afirma que, “no conjunto, o texto de qualquer revista - não importando o estilo - esconde uma tendência. A tendência de uma revista é a inclinação de seus leitores, então, é adaptar-se a eles”.

A questão da segmentação das revistas pode ser relacionada ao que Bakhtin/Volochínov (2004) falam sobre a constituição de um auditório social dos enunciados, que serve de baliza para o dizer do locutor. Em termos bakhtinianos, o enunciado está balizado pelo dizer do outro (leitores/interlocutores); todo discurso é constituído pela compreensão da possível resposta e na atmosfera do já-dito. Assim sendo, a segmentação na revista é, em certa medida, orientada pela resposta-ativa do público leitor. Aqui se apresentam os princípios de dialogicidade e alteridade de Bakhtin, na medida em que um “eu” se constrói na relação com um “tu”.

---

<sup>50</sup> Nas pesquisas lingüísticas, o percurso de leitura no ambiente virtual é chamado de leitura hipertextual. Sobre esse assunto ver: Ramal, **Educação na cibercultura: hipertextualidade, leitura, escrita e aprendizagem**, 2002.

Outra característica importante do jornalismo de revista, e que a diferencia dos demais segmentos do jornalismo, é sua apresentação estética, ou, utilizando o jargão do jornalismo, o “formato” da revista. Segundo concepção dos autores da área da Comunicação Social, a apresentação estética que utiliza papel e impressão com uma qualidade superior e formato diferenciado favorece a leitura. Com relação ao tamanho, o mais comum atualmente é 20,2 x 26,6 cm - tamanho da revista **Veja**, por exemplo. Essa medida representa a melhor utilização do papel, portanto, proporciona maior economia (SCALZO, 2003).

Na perspectiva de Scalzo (2003), além do uso de imagens que chamam a atenção do leitor e a facilidade de manuseio, desde sua origem, a revista apresenta uma vocação para o entretenimento, pois como dito na seção anterior, foi somente depois da criação da revista semanal de informação (século XX) que o jornalismo de revista incorporou a função de informar. Nesse sentido, antes de assumir o rigor jornalístico das revistas semanais de informação, muito do que as revistas publicavam tinha como objetivo promover entretenimento. Um exemplo dessa condição são as gravuras que distraíam um público sem televisão (início do século XIX) e, atualmente, as palavras cruzadas, histórias em quadrinhos, etc. (SCALZO, 2003). Podemos também incluir nessa lista fornecida pela autora as revistas que apresentam resumo das novelas e colunismo social.

O que podemos dizer sobre a co-existência, no jornalismo de revista, de entretenimento e jornalismo aprofundado e documental é que, embora seja comum encontrar nas revistas espaços destinados ao entretenimento, há, no jornalismo de revista, uma discussão “tensa” sobre tal questão. Para Scalzo (2003), o entretenimento é também uma função do jornalismo de revista; dessa forma, ambos (entretenimento e jornalismo) podem co-existir, desde que sejam observados os limites e as atribuições de cada área.

Tendo em vista as diversas publicações no mercado editorial de revista, observamos que entretenimento e aprofundamento jornalístico estão diretamente relacionados

à tendência de segmentação, uma vez que há uma diferença de finalidade discursiva entre as variadas publicações. Isso pode ser observado, por exemplo, se compararmos a revista **Veja** à revista **Boa Forma**. Trata-se de publicações de classificação diferenciada: a primeira constitui-se em uma revista semanal de informação; a última, em uma revista mensal especializada. Assim, enquanto a revista **Veja** se propõe a discutir assuntos relacionados a diversas áreas, como a política (nacional e internacional), a cultura, a arte e a economia, apresentando um aprofundamento jornalístico em sua abordagem, a revista **Boa forma**, por sua vez, publica enunciados que buscam “conduzir” o leitor à prática de uma atividade física, além de apresentar orientações nutricionais que o levem a um “estilo” de vida mais saudável.

Contudo, mesmo assim, é possível encontrar, por exemplo, na revista **Veja**, espaços destinados ao colunismo social ou enunciados relacionados à mídia televisiva, principalmente, tendo como enfoque a vida particular dos artistas oriundos da TV e do cinema, como é o caso de algumas entrevistas analisadas nesta pesquisa. Tais enunciados não podem ser consideradas, *a priori*, como portadores de um denso “conteúdo jornalístico”. Por outro lado, é possível também encontrar, na revista **Boa Forma**, enunciados que agregam “conteúdo jornalístico”, como, por exemplo, os enunciados direcionados à saúde, tendo como base informações da área médica. Enfim, é extremamente difícil estabelecer, no jornalismo de revista, uma separação “nítida” entre entretenimento e jornalismo.

As discussões sobre a segmentação e a dicotomia entre entretenimento e jornalismo no jornalismo de revista estão ligadas à noção de “estilo”. É interessante ressaltar que alguns autores (LAGE, 2001 e VILAS BOAS, 1996) se referem ao jornalismo de revista como “estilo magazine”, ou seja, a revista como um todo teria um determinado estilo resultante das condições de produção do jornalismo de revista, o que nos leva a pensar na existência de “uma posição valorativa maior” ou mais ampla que rege, ou melhor, “orquestra”

os demais estilos inscritos nos diversos gêneros da revista e, portanto, direciona as posições valorativas dos gêneros nela (na revista) publicados.

Dessa maneira, quando Lage (2001) menciona que a revista possui uma variedade de “estilos”, percebemos que o uso do termo ‘estilo’ relaciona-se à concepção de estilo proposta por Bakhtin (2003d), em que há um acabamento estilístico no gênero. Então, podemos inferir que o jornalismo de revista constitui-se em um “grande portador de mídia”, apresentando um “leque” muito amplo de publicações (revistas cujo enfoque é o entretenimento; revistas cujo enfoque é o aprofundamento jornalístico e revistas em que entretenimento e aprofundamento jornalístico se mesclam), que, a seu turno, agrupam vários gêneros, portanto, diversos estilos. Contudo, ainda assim, esses gêneros distintos estão subordinados ao projeto discursivo da revista através da linha editorial.

Portanto, a revista (ou jornal diário), ao agrupar seus enunciados em diferentes gêneros (editorial, artigo assinado, carta do leitor, reportagem, **entrevista pingue-pongue** etc.) está, pois, agrupando “diversos” estilos, uma vez que cada gênero tem um acabamento estilístico-composicional próprio, mas em algumas situações, podemos encontrar uma homogeneidade “mascarada” de heterogeneidade<sup>51</sup>.

Para completar o quadro de características do jornalismo de revista é também necessário levar em consideração o texto publicado nessa instância, que, de certa forma, também se relaciona à discussão entre entretenimento e aprofundamento jornalístico. Segundo Scalzo (2003, p. 75), “Além de conter informações de qualidade, exclusivas e bem apuradas, o texto de revista precisa de um tempero a mais. Diferente do leitor de jornal, o de revista espera, além de receber a informação, recebê-la de forma **prazerosa**”. Da mesma forma, Vilas Boas (1996) afirma que **o texto de revista concilia jornalismo e literatura**, dessa maneira, o texto em revista apresenta mais **riqueza textual**.

---

<sup>51</sup> Essa constatação se deu através da análise dos dados, pois verificamos que, nas edições pesquisadas, os diversos gêneros nas revistas (principalmente na revista **Veja**) convergem para um mesmo posicionamento apreciativo, que faz parte do projeto discursivo da empresa jornalística e não do profissional (jornalista).

Tal concepção, a nosso ver, apresenta-se ainda pouco aprofundada, pois o leitor do jornal diário também pode considerar o texto de jornal mais satisfatório que o de revista e assim por diante, tendo em vista que a relação discursiva entre leitor x revista ou leitor x jornal se constrói dentro do horizonte de expectativas próprio de cada situação particular de interação discursiva; dessa maneira, o leitor de revista geralmente espera um texto mais aprofundado justamente por estar lendo uma revista (que implica maior número de páginas, diversidade de gêneros, maior periodicidade, etc.); já o leitor do jornal, por sua vez, parece buscar uma interação mais rápida e dinâmica tendo em vista a periodicidade e o foco na rapidez da informação, típico do jornalismo de jornal e *on-line*<sup>52</sup>.

Já com relação à classificação das revistas, de acordo com Lage (2001), elas podem ser classificadas da seguinte maneira: ilustradas, de informação geral e especializadas. Entretanto, segundo Lage (2001, p. 123, grifo do autor), “[...] considerando-se os estilos [...], serão raras as publicações integralmente ‘ilustradas’, de ‘informação geral’ ou ‘especializadas’, dessa forma o autor admite que não é possível estabelecer limites definidos para cada “tipo” de revista, pois essas tendências podem misturar-se.

O autor não define, exatamente, cada uma das modalidades, mas fornece alguns indícios:

- **Revistas ilustradas:** a palavra escrita é com frequência mera acompanhante, necessária, porém discreta, da exposição fotográfica. A fotografia de abertura e o elenco fotográfico de cada layout darão o mote para as glosas do título e do texto; trata-se, assim, de uma organização fundada na redundância. A palavra escrita circunstancia as fotos, não o contrário, mas o sentido da mensagem estará determinado, ou pelo menos circunscrito, pela seleção fotográfica.
- **Revistas de informação geral:** a estrutura do texto recupera a organização do discurso em tópicos frasais e documentações. Trata-se de abordar o assunto e não o fato.

---

<sup>52</sup> Não estamos nos referindo aos leitores que fazem pesquisa a partir do jornal ou a leitores/colecionadores de jornais, pois, nesses casos, o objetivo dessa interação, por parte do leitor, sofre uma sensível alteração. O leitor pesquisador que mantém com os textos uma relação “objetificada” (olha-os como dados de pesquisa) é um interlocutor não previsto pelos gêneros jornalísticos.

- **Revistas especializadas:** a categorização do público e do assunto preside a organização estilística (LAGE, 2001, p. 126-132).

É importante lembrar que, na presente pesquisa, propomos a análise de **entrevistas pingue-pongue** publicadas nas revistas **CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**, classificadas como revistas de informação geral. Já como exemplo de revistas ilustradas, podemos citar as antigas **Manchete**, **Life** e **Paris Match**, e, por fim, como especializadas, as revistas **Casa & Construção** e **Placar**.

Em resumo, o jornalismo de revista foi, desde seu princípio, motivado pelas mudanças sócio-históricas. O advento da industrialização, o processo de modernização das técnicas de impressão, o mundo do trabalho, da moda e do consumo compõem um “conjunto de forças” que propiciaram o surgimento da revista e a levaram a ocupar um espaço importante na cultura contemporânea.

### 3.2 O(S) GÊNERO(S) “ENTREVISTA” NA VOZ DO OUTRO

Antes de apresentarmos a análise do nosso objeto de pesquisa, discutiremos a polissemia que envolve o termo ‘entrevista’, que remete a diferentes gêneros do discurso de esferas sociais diversas. Além disso, tendo em vista que esta pesquisa tem por objetivo realizar uma análise interpretativa do gênero **entrevista pingue-pongue**, do jornalismo de revista, também apresentaremos uma revisão da literatura sobre o gênero entrevista da esfera jornalística. De antemão, podemos dizer que esse percurso teórico revela divergências no que diz respeito ao conceito de gênero entrevista nas instâncias pesquisadas e que tais diferenças serão discutidas ao longo desta seção. Assim, esta seção insere a voz do outro sobre o gênero entrevista e as contrapalavras bakhtinianas lançadas sobre esses mesmos conceitos, pois

estaremos constantemente fazendo um movimento dialógico entre o que é dito nas esferas pesquisadas e a concepção oriunda de nosso horizonte teórico-metodológico<sup>53</sup>.

A primeira questão a ser abordada é a definição do termo ‘entrevista’, que pode designar diversas interações sociais e suas respectivas finalidades interativas, caracterizando gêneros diferentes, todavia reunidos sob a mesma terminologia. Nas interações humanas, há entrevistas com vistas à seleção de candidatos a emprego, para diagnósticos psicológicos ou clínicos ou, ainda, como instrumento metodológico de pesquisa. Podemos dizer, então, que o termo ‘entrevista’ circula em esferas discursivas como a do trabalho, a acadêmica e a jornalística, podendo se referir a gêneros diferenciados, mas que recebem a mesma nomeação. Dessa maneira, encontramos em Guedes Caputo (2006) uma definição mais “geral” de entrevista, conceituada pela autora como

[...] uma aproximação que o jornalista, o pesquisador (ou outro profissional) faz, em uma dada realidade, a partir de um determinado assunto e também a partir de seu próprio olhar, utilizando como instrumento perguntas dirigidas a um ou mais indivíduos (GUEDES CAPUTO, 2006, p. 28).

Na literatura que circula na esfera da ciência da Comunicação Social, a entrevista é considerada, segundo Medina (2002), a partir de duas perspectivas: como técnica ou como interação discursiva entre os sujeitos. A entrevista como interação tem como foco o inter-relacionamento humano, indo além da simples troca de informações, possibilitando um diálogo em que ambos os partícipes do jogo da entrevista interagem, modificam-se, revelam-se e crescem no conhecimento do mundo e deles próprios.

Apesar de a autora apresentar uma concepção de entrevista como “diálogo”<sup>54</sup>, a formulação conceitual mais corrente de entrevista jornalística é a de uma técnica de obtenção

---

<sup>53</sup> Faremos um contraponto entre as teorias pesquisadas e a teoria que norteia este trabalho, objetivando delimitar o nosso objeto de pesquisa, o gênero **entrevista pingue-pongue**, entretanto, na seção 4.4, apresentaremos uma síntese geral das regularidades apreendidas no gênero, o que caracteriza a “voz” desta pesquisa sobre este objeto.

<sup>54</sup> A palavra diálogo, inserida no texto de Medina (2002), não está relacionada ao conceito de dialogismo de Bakhtin; mas refere-se a uma das formas da comunicação discursiva.



de informações<sup>55</sup> que recorre, na maioria das circunstâncias, à fonte individualizada e lhe dá credibilidade, sem preocupação de comprovações científicas (MEDINA, 2002). Nas suas diferentes aplicações, a entrevista “é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa, quebrando assim isolamentos grupais, individuais, sociais; pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação” (MEDINA, 2002, p. 8).

Encontramos, em Sousa (2005), uma noção mais “refinada” sobre o gênero entrevista. Segundo o autor, só se considera a entrevista como um gênero jornalístico autônomo quando ela é apresentada isoladamente ou como parte importante de uma peça jornalística, pois a pergunta é a principal técnica de coleta de dados junto a fontes humanas. De acordo com o autor, a entrevista como gênero deve ser distinguida da entrevista como técnica de obtenção de informações por meio de perguntas a outrem. Assim, “a entrevista, enquanto técnica de obtenção de informações, é indissociável da actividade jornalística [...]. No entanto, o jornalista nem sempre usa o género jornalístico ‘entrevista’ para divulgar as informações recolhidas<sup>56</sup>” (SOUSA, 2005, p. 171).

Segundo Lage (2004, p.73), “[...] a entrevista é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretação e a reconstituição de fatos”. Entretanto, em sua formulação conceitual, Lage (2004) admite que o próprio termo utilizado, ‘entrevista’, é polissêmico, uma vez que pode significar: um procedimento de apuração junto a uma fonte capaz de diálogo; uma conversa com personagem notável ou portador de conhecimentos ou informações de interesse público; matéria publicada com as informações colhidas através de conversa com entrevistado.

---

<sup>55</sup> Nessa situação, a autora está se referindo à entrevista face a face e não à **entrevista pingue-pongue**, publicada na revista.

<sup>56</sup> Optamos por manter a ortografia apresentada pelo livro, que foi publicado em Portugal.

A partir da proposta dos autores supracitados (MEDINA, 2002; GUEDES CAPUTO, 2006; SOUSA, 2005 e LAGE, 2004), podemos sintetizar as concepções apresentadas sobre ‘entrevista’:

**1. entrevista como procedimento de apuração de informações:** interação face a face entre jornalista e o entrevistado; dessa interação, origina-se a entrevista publicada;

**2. entrevista publicada em jornais e revistas:** constitui-se na **entrevista pingue-pongue** (objeto desta pesquisa) e no discurso citado do entrevistado inserido em reportagens e notícias;

**3. entrevista na modalidade oral:** interação face a face que ocorre nas mídias televisiva e radiofônica.

Dessa forma, foi possível “apreendermos” que a interação face a face entre jornalista e entrevistado, que pode ser reenunciada em uma **entrevista pingue-pongue** ou em uma inserção do discurso citado do entrevistado em uma reportagem ou notícia, não é considerada pela esfera da ciência da Comunicação Social como um gênero, mas como uma “técnica” de apuração de informações e dados, ou seja, um “meio” para se atingir um determinado fim, que é a publicação da entrevista.

Na perspectiva de Sousa (2005), a entrevista publicada pode se dar através da **entrevista pingue-pongue** e do discurso citado, e é considerada, segundo o autor, como um gênero “autônomo”<sup>57</sup>, tendo em vista que é apresentada isoladamente ou como parte importante de uma “peça” jornalística. Essa posição do autor se distancia sensivelmente do escopo teórico desta pesquisa, haja vista que ao ser inserido em outro gênero (reportagem, notícia, etc.), o discurso citado passa a fazer parte de outra situação de interação discursiva. Além disso, na concepção do autor, a entrevista realizada face a face entre jornalista e entrevistado(s) nas mídias televisiva e radiofônica também é considerada um gênero.

---

<sup>57</sup> “Capturar” a noção de gênero na esfera do jornalismo mostra-se uma tarefa complexa, tendo em vista a falta de precisão conceitual e terminológica. A esfera utiliza termos como ‘formato’, ‘texto’ e ‘peça jornalística’, que trazem a idéia de gênero, entretanto, distante da noção adotado nesta pesquisa (Cf. seção 1.5).

Já na esfera da *práxis* jornalística, especificamente nos manuais de redação dos jornais diários, encontramos algumas referências ao gênero entrevista, mas que se mostram bastante sucintas. Justamente por se tratar de manuais, o objetivo não é conceituar ‘entrevista’, mas orientar o profissional do jornalismo sobre os procedimentos para a realização de uma entrevista face a face, como, também, sobre os cuidados com a edição do texto<sup>58</sup> (que pode resultar na elaboração da **entrevista pingue-pongue**). Na seqüência, apresentaremos dois conceitos para o termo ‘entrevista’, oriundos de diferentes manuais de redação, respectivamente, **Folha de S. Paulo** e **O Globo**, mas que trazem uma noção aproximada do gênero em questão.

**Entrevista:** a finalidade de caracterizar um texto jornalístico como entrevista é permitir que o leitor conheça as opiniões, idéias, pensamentos e observações da personagem da notícia ou de pessoa que tem algo relevante a dizer. **Pode-se editar a entrevista na forma de pergunta e resposta (pingue-pongue)** quando o entrevistado está em evidência especial ou diz coisas de importância particular (FOLHA DE S. PAULO, 2006, p. 40, grifo nosso).

**Entrevista:** o **estilo pingue-pongue (perguntas e respostas em seqüência)** é a fórmula que garante maior fidelidade ao pensamento do entrevistado e maior facilidade de leitura. Deve ser usado em todas as entrevistas longas – e mesmo, quando possível, em curtas (GARCIA, 1998, p. 44, grifo nosso).

Para completar a concepção de ‘entrevista’ recorrente na *práxis* do jornalista, procuramos inserir, na pesquisa, o “olhar” do jornalista, que é um dos autores do gênero **entrevista pingue-pongue**. Para Vannuchi (2006), a entrevista encontra-se na raiz de toda matéria jornalística, com exceção das crônicas e dos artigos de opinião<sup>59</sup>. O formato<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Os manuais de redação apresentam os “cuidados” que os jornalistas devem observar na edição da entrevista; no entanto, de acordo com nossa perspectiva, não se pode reduzir a **entrevista pingue-pongue** a uma mera edição de texto.

<sup>59</sup> Nesta “fala” do jornalista observamos a concepção entrevista como técnica, que se refere à entrevista face a face, distanciando-se da **entrevista pingue-pongue**.

<sup>60</sup> A utilização do termo ‘formato’, pelo jornalista, corresponde à idéia de texto, o que estabelece uma diferença conceitual com os pressupostos teóricos desta pesquisa, pois consideramos a **entrevista pingue-pongue** como um gênero discursivo. Já a esfera do jornalismo, ao utilizar o termo ‘formato’, está, pois, valorizando o texto como materialidade textual.

entrevista, conhecido no jargão especializado como pingue-pongue, oferece ao leitor uma análise mais aprofundada dos fatos mais importantes da semana ou do mês. Na **entrevista pingue-pongue**, o pensamento do entrevistado é contemplado em sua totalidade, constituindo, então, um espaço razoável para esboçar o perfil do entrevistado. Dessa maneira, a entrevista realizada face a face pode se apresentar na revista em formato diferenciado: em forma de discurso citado na reportagem (texto corrido) ou na forma de pingue-pongue (pergunta e resposta). Ainda segundo Vannuchi, no cotidiano da redação da uma revista, não se sabe

[...] o que a entrevista vai virar. Entrevistamos gente para a seção de entrevista [chamamos de “páginas vermelhas” devido à cor das bordas], mas o diretor pode decidir no dia seguinte que não vai mais publicar aquele material. Ou que ele deverá ser resumido para ser publicado em apenas uma página em outro caderno. Ou que o repórter deverá transformar a entrevista em um texto corrido (VANNUCHI, 2006, grifo do autor).

Podemos constatar que a concepção oriunda da *práxis* jornalística (VANNUCHI, 2006) coaduna-se com a dos autores da esfera da ciência da Comunicação Social (MEDINA, 2002; GUEDES CAPUTO, 2006; SOUSA, 2005 e LAGE, 2004): considera-se a **entrevista pingue-pongue** como gênero, mas desconsidera-se a interação face a face como um outro gênero. Isso ocorre em função de esses autores priorizarem a materialidade textual e não a interação verbal na definição de gênero. Essa perspectiva revela um olhar *praxiológico* para os gêneros que se produzem nessa esfera, comum ao pragmatismo jornalístico. Essa noção é compreensível, uma vez que, para o jornalista, o que interessa, de fato, são os textos publicados. Dessa forma, esses autores consideram a interação face a face como um “meio” para se produzir um “bom texto” jornalístico e não estabelecem uma diferenciação de gênero, pois, para eles, não há uma nova situação de interação, mas apenas a “transposição” da entrevista oral para a entrevista escrita.

Por fim, buscamos ainda a perspectiva dos estudos lingüísticos<sup>61</sup> sobre a ‘entrevista’ jornalística. Para Bonini (2000), a função interativa que se estabelece em qualquer **entrevista** jornalística relaciona-se à publicação em co-autoria, devendo a entrevista trazer algo de novo sobre o entrevistado. Hoffnagel (2005) conceitua o gênero entrevista como uma conversa controlada. A autora parte da concepção de entrevista como um “evento comunicativo e não uma forma lingüística”, e, ainda, como “uma constelação de eventos possíveis que se realizam como gêneros (ou sub-gêneros diversos). Na explanação sobre o gênero entrevista, considera que

A entrevista é um gênero primordialmente oral. Nas várias listas de gêneros entrevista, a maioria refere a interações orais (entrevista com médico, entrevista para conseguir emprego, entrevista coletiva, etc.), e mesmo com respeito à entrevista jornalística, pensamos primeiro nas entrevistas ao vivo dos programas de televisão e rádio. Quando publicada em jornais e revistas, na maioria das vezes, a entrevista foi feita oralmente e depois **transcrita para a publicação** (HOFFNAGEL, 2005, p. 182, grifo nosso).

Podemos observar que, na proposta da autora, também não há o “descolamento” entre a interação face a face e o gênero já editado e publicado na revista ou no jornal, a **entrevista pingue-pongue**. É também questionável o conceito reducionista que apresenta a respeito da **entrevista pingue-pongue** como uma simples “transcrição” da entrevista oral (modalidade oral) para a entrevista publicada (modalidade escrita).

Enfim, o que é possível afirmar, a partir da concepção de gênero entrevista oriunda da ciência da Comunicação Social, da esfera do trabalho jornalístico e dos trabalhos de Lingüística, é que há uma dificuldade em se estabelecer o foco da pesquisa sobre o gênero ‘entrevista’. Na ciência da Comunicação Social e também na esfera do trabalho do jornalismo,

---

<sup>61</sup> Em pesquisa no banco de teses da Capes através do site: <http://servicos.capes.gov.br/capesdw/>, encontramos poucas pesquisas que contêm, em seu título, a referência ao gênero entrevista e, ainda assim, com foco bastante diferenciado do nosso. Ver: Medeiros, Ana Lúcia Gomes, “Pasquim, anos 70 & entrevista, um jogo de poder e sedução” (Tese de doutorado em Literatura - UFSC - 2003); e Freitas, Jorge Roberto Martins, “A entrevista nas páginas amarelas da revista Veja: a imagem do milagre econômico sob o ponto de vista do primeiro *newsmagazine*” (Dissertação de mestrado em Comunicação - UFRJ - 1989).

é muito presente a noção de que a interação que se estabelece no momento da entrevista face a face é apenas um procedimento (método) para que se escreva um texto em “formato” pingue-pongue (pergunta e resposta) ou uma reportagem/notícia que contenha no “corpo” do texto a “fala” do entrevistado, e não um gênero. Nessas esferas, prevalece uma concepção de continuidade, pois a interação direta com o entrevistado é um procedimento para se atingir um determinado fim (a materialidade do texto escrito). E, na LA, ainda não se encontram análises mais detalhadas desse gênero, até porque esse campo de estudos é relativamente recente na área. Também na proposta de Hoffnagel (2005), observamos a ausência da possibilidade de descolar essas duas interações discursivas como gêneros distintos: entrevista face a face e **entrevista pingue-pongue**.

A partir da proposta teórica que norteia este estudo (concepção sócio-dialógica da linguagem), defendemos a existência de dois gêneros distintos, o que significa dizer que se trata de duas situações sociais de interação que constituem gêneros diferentes. No momento da entrevista face a face (modalidade oral) entre jornalista e entrevistado, acontece um evento interativo único, um enunciado irrepetível, conforme propõe Bakhtin (2003d), com suas próprias finalidades discursivas, numa dada situação de interação, que caracteriza um gênero. A partir de gravações ou anotações da entrevista face a face, esse enunciado é reenunciado como discurso citado em uma outra situação social de interação, com outros interlocutores (o leitor da revista), caracterizando um novo gênero, a **entrevista pingue-pongue** que é publicada na revista ou no jornal (modalidade escrita)<sup>62</sup>. Apesar de concebermos a existência

---

<sup>62</sup> A relação modalidade oral e modalidade escrita também é um interessante tópico de pesquisa, pois se pode analisar essa “transição” com o objetivo de perceber de que maneira o processo de edição faz o enquadramento do discurso dos interlocutores do gênero entrevista face a face. Segundo Vannuchi (2006), algumas revistas como a **Playboy** e a **Caros Amigos**, em que as entrevistas são publicadas em muitas páginas e quase não editadas, o texto é parecido com o texto do jornal **Pasquim**, que também não editava as entrevistas, transcrevendo todos os “vícios” de linguagem, palavrões e gírias.

de dois gêneros distintos e uma ampla área de pesquisa a ser empreendida, delimitamos como objeto desta pesquisa o estudo do gênero **entrevista pingue-pongue** publicado em revistas<sup>63</sup>.

### 3.3 OS HORIZONTES TEMPORAL E ESPACIAL

Até aqui fizemos a caracterização do espaço social mais amplo do nosso objeto de pesquisa, a esfera sócio-discursiva do jornalismo e o jornalismo de revista, bem como trouxemos as “outras” vozes que conceituam o termo ‘entrevista’ e o gênero **entrevista pingue-pongue**. Daqui por diante, apresentaremos o “olhar” da nossa pesquisa em relação ao gênero, apresentando as suas regularidades genéricas. O primeiro passo para a investigação do gênero foi a análise do seu cronotopo.

A noção de cronotopia é apresentada por Bakhtin principalmente em dois textos, **O Cronotopo de Rabelais** (1998) e **O tempo e o espaço nas obras de Goethe** (2003e). Mais que conceituar essa categoria, o autor aplica esse conceito à análise do gênero romance, porém, a nosso ver, ele igualmente pode ser aplicado à análise de outros gêneros, pois, como diz o autor, o cronotopo é a porta de entrada para a análise do gênero. Segundo Rodrigues (2005), cada gênero está situado em um diferente cronotopo: apresenta determinado horizonte espacial, temporal, temático e valorativo; possui diferentes finalidades ideológico-discursivas e tem distintas concepções de autor e destinatário (auditório social) da interação discursiva. Isso quer dizer que mesmo os gêneros de uma mesma esfera sócio-discursiva, como os gêneros jornalísticos, têm constituição cronotópicas distintas, e, portanto, devem ser analisados em suas particularidades.

---

<sup>63</sup> A análise do processo de reenunciação da entrevista face a face para a **entrevista pingue-pongue** estava prevista no projeto inicial; entretanto, tendo em vista o curto espaço de tempo para conclusão da dissertação, optamos por dar continuidade à abordagem desse aspecto em um segundo momento.

Assim, iniciaremos a apresentação da análise do cronotopo do gênero **entrevista pingue-pongue** a partir do horizonte temporal do gênero, que está relacionado à periodicidade da própria revista que o publica. O gênero **entrevista pingue-pongue** de revista possui periodicidade semanal, caso a revista em que seja publicado tenha essa periodicidade, como é o caso dos nossos dados, o que equivale a dizer que se trata de um gênero de curta temporalidade se o compararmos, por exemplo, a um romance, que é um gênero de grande temporalidade. Pesquisadores e jornalistas<sup>64</sup> consideram o jornalismo de revista menos peregrino que o jornalismo diário, mas, ainda assim, podemos considerá-lo como gênero de curta temporalidade. Sobre o horizonte temporal da revista semanal (em que se insere o objeto desta pesquisa) observamos duas dimensões de tempo: o processo de impressão da revista e o seu tempo de circulação.

O processo de impressão de uma revista semanal realiza-se através de procedimentos rápidos e padronizados. Segundo Vannuchi (2007a), a revista **ISTOÉ** e as demais revistas semanais que estão disponíveis ao público no final de semana (caso também da **Veja** e **CartaCapital**) fazem sua reunião de pauta<sup>65</sup> na segunda-feira e “fecham” a revista na madrugada de quinta para sexta-feira, de modo que ela chega aos leitores da capital paulista e de uma ou outra metrópole no sábado à tarde. Na maioria das demais cidades, a revista chega às bancas no domingo de manhã, mas em algumas pequenas cidades do interior do país ela chega somente na segunda-feira. Nesse processo, há um detalhe interessante: a revista não vai inteira para a gráfica na madrugada de sexta-feira para que todo o seu conteúdo seja impresso até sábado; ela é dividida em cadernos e a cada noite são fechados um ou dois cadernos com o intuito de que o trabalho da gráfica seja diluído. Assim, por exemplo,

---

<sup>64</sup> Scalzo (2003); Vilas Boas (1996); Vannuchi (2006).

<sup>65</sup> Jargão jornalístico que, segundo Lage (2004, p. 60), quer dizer: “agenda de eventos a serem cobertos para noticiário. Indicação do assunto, abordagem, fontes possíveis, equipamentos, deslocamentos e prazo de produção de reportagens”.



fecha-se um caderno na terça, dois na quarta e três na quinta, até que no final de semana (sábado) a revista esteja completa para sua distribuição<sup>66</sup>.

No tocante ao tempo de circulação, podemos dizer que é previsto (estabelecido) pela empresa jornalística que, no caso da revista semanal, haja uma “validade” pré-estabelecida de uma semana até que a outra edição seja lançada, ao passo que a revista mensal apresenta um tempo útil de um mês, ou seja, o tempo de circulação de uma revista é circunscrito pela publicação da edição seguinte.

Entretanto, no cotidiano dos leitores, esse tempo de circulação pode ser bem maior, uma vez que a revista compõe-se de reportagens sobre temas variados que, muitas vezes, são menos datados do que aqueles presentes no jornalismo diário. Poderia constituir um exemplo disso, uma reportagem sobre obesidade infantil, que é um tema contemporâneo, mas não datado. O fato de discutir assuntos atuais, mas nem sempre datados, possibilita à revista um tempo maior de circulação que o jornal. Assim, o exemplo de reportagem citado poderia despertar o interesse do leitor por um período mais longo, mesmo após sua “validade” de uma semana (no caso da revista semanal). Nesse sentido, cotidianamente, a revista circula por um período maior, como no caso das revistas que “preenchem o tempo” nas salas de consultório médico e odontológico e nos salões de beleza. Nesses espaços, é comum encontrarmos revistas cujas edições já superaram seu tempo de “validade”, mas que o leitor folheia para passar o tempo, podendo se interessar pela leitura de reportagens, entrevistas, artigos, cartas do leitor, entre outros textos que disponíveis.

Já o horizonte espacial do gênero **entrevista pingue-pongue** pode ser compreendido em duas instâncias de análise: a primeira, mais ampla, e a segunda, mais circunscrita. Primeiramente, consideramos como horizonte espacial do gênero a própria esfera

---

<sup>66</sup> Informações obtidas através de entrevista, via *e-mail*, com o jornalista Camilo Vannuchi da **ISTOÉ** em 02 fev. de 2007. Vannuchi (2007a) ressaltou, ainda, que existem revistas semanais como **Gente**, **Contigo** e **Caras** que, mesmo sendo semanais, são publicadas no meio da semana, em geral na quarta-feira, nesses casos, o calendário se inverte: a reunião é feita na quarta e o fechamento ocorre na madrugada de segunda para terça.

sócio-discursiva do jornalismo (Cf. discutido na seção 3.1), compreendida como espaço social de constituição e, também, circulação do gênero e que, segundo Rodrigues (2001), é responsável por “filtrar”, interpretar (impor acento valorativo), evidenciar os fatos, acontecimentos, saberes, opiniões, etc., que vão fazer parte do universo temático jornalístico. Dessa maneira, sendo a esfera do jornalismo o lugar discursivo da **entrevista pingue-pongue**, “[...] a sua interação autor/leitor não se dá no mesmo espaço e tempos físicos; também não se dá ‘de pessoa a pessoa’, mas é ‘mediada’ ideologicamente pela esfera do jornalismo” (RODRIGUES, 2001, p. 120).

A segunda instância de análise é a do horizonte espacial da própria situação de interação discursiva do gênero, que nos remete à constituição do auditório social, que compreende o leitor previsto e a noção de autoria. Como já dito em relação ao jornalismo de um modo geral, a interação discursiva no gênero **entrevista pingue-pongue** não acontece “face a face”, mas é mediada pela esfera discursiva do jornalismo, que constrói a posição de autoria e de leitor do gênero.

#### 3.4 OS PARTICIPANTES DA INTERAÇÃO

Todo enunciado concreto da comunicação discursiva possui seus interlocutores reais. No gênero **entrevista pingue-pongue**, podemos dizer que há uma complexa relação discursiva entre jornalista, editoria, entrevistado e leitor. Bakhtin/Volochínov (1926, p. 14, grifo dos autores) afirmam que “[...] o autor, herói e ouvinte em parte alguma se fundem numa só massa indiferente - eles ocupam posições autônomas, eles são na verdade ‘lados’, lados não de um processo judicial, mas de um evento [...]”. Assim, da mesma forma, em um primeiro momento, podemos considerar que os participantes da interação do gênero **entrevista pingue-pongue** ocupam lugares (lados/papéis) diferenciados: o de quem pergunta

(jornalista); o de quem responde (entrevistado); o de quem edita a entrevista (editor) e o de quem lê a entrevista (leitor).

Entretanto, essa simples definição de papéis ainda não equaciona a complexidade envolvida na configuração desse auditório social. A formulação de uma hipótese, sem dúvida, demanda uma análise mais aprofundada, uma vez que toda **entrevista pingue-pongue** é um discurso representado (citado) da entrevista face a face, pois o jornalista, ao reenunciar a entrevista face a face, cita e realiza um enquadramento da sua “fala” e da do entrevistado. Como a interlocução entre jornalista e entrevistado, na **entrevista pingue-pongue**, é uma reenunciação da entrevista face a face já ocorrida, já não se trata mais da mesma interação, pois, conforme Bakhtin (2003d), o enunciado é irrepetível, podendo somente ser citado ou mencionado; nem do mesmo gênero, pois a reenunciação ocorre em outra situação social de interação.

Essa perspectiva altera sensivelmente a noção de auditório social do gênero em questão, uma vez que, na **entrevista pingue-pongue**, o “tu” a quem o jornalista se dirige já não é mais o entrevistado, mas o leitor. O entrevistado ocupa o papel de interlocutor na entrevista face a face; na **entrevista pingue-pongue**, é ele e o seu discurso citado que têm “espaço” na revista, porém, neste caso, como conteúdo temático da **entrevista pingue-pongue**, pois se trata de um discurso “enquadrado” pelo autor do enunciado (jornalista e editor), que dá o “tom” apreciativo ao referido discurso. Dessa maneira, ao enquadrar o discurso do entrevistado, o autor o faz “umedecido” de julgamentos de valor. A partir da análise dos dados, consideramos que jornalista, editor e leitor são os participantes diretos da situação de interação discursiva do gênero **entrevista pingue-pongue**, mas que esse gênero cria um “efeito”, ou melhor, deixa “transparecer” um “vestígio” dos participantes da interação da entrevista face a face, em que os interlocutores da situação de interação discursiva são constituídos pelo jornalista e pelo entrevistado.

### 3.4.1 O leitor previsto

A noção de leitor previsto relaciona-se à concepção de destinatário apresentada por Bakhtin. De acordo com o autor,

Ao falar, sempre levo em conta o fundo aperceptível da percepção do meu discurso pelo destinatário: até que ponto ele está a par da situação, dispõe de conhecimentos especiais de um dado campo de cultura da comunicação; levo em conta as suas concepções e convicções, os seus preconceitos (do meu ponto de vista), as suas simpatias e antipatias - tudo isso irá determinar a ativa compreensão responsiva do meu enunciado por ele (BAKHTIN, 2003d, p. 302).

Nessa perspectiva, o autor do enunciado se orienta pela visão que projeta do destinatário, como afirma Rodrigues (2001, p. 143): “A projeção do interlocutor e do seu fundo aperceptivo [...] orienta o autor, influi naquilo que é dito e como é dito, pois todo enunciado se encontra orientado para o interlocutor”. O leitor previsto<sup>67</sup> do gênero **entrevista pingue-pongue** constitui-se primeiramente no leitor da revista em que o gênero é publicado. Isso se relaciona à tendência do jornalismo de revista de se segmentar de acordo com o perfil de leitor (Cf. discutido na seção 3.1.2.2): cada revista tem um público próprio. Dessa forma, a editoria da revista, através de pesquisas de mercado consumidor, realizadas por empresas especializadas em pesquisas midiáticas, constrói uma “imagem” do seu leitor (destinatário).

No caso desta pesquisa, trata-se de um público que demonstra maior interesse por notícias e informações tradicionalmente abordadas por revistas semanais de informação. O leitor das revistas **CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja** busca informar-se sobre os diversos acontecimentos sociais da atualidade.

A seguir, apresentaremos o perfil do leitor das revistas pesquisadas, porém, ressaltamos que a maior parte dos dados foi fornecida pela redação da revista **CartaCapital**,

---

<sup>67</sup> Os dados apresentados sobre o leitor previsto do gênero não são suficientes para caracterizar o perfil do leitor do gênero; o estudo exaustivo dessa questão extrapola os limites desta pesquisa.

que, por seu turno, teve como fonte as pesquisas da Ipsos Marplan<sup>68</sup>, empresa especializada em estudos de hábitos de mídia e consumo. Os dados referem-se ao período de julho a dezembro de 2005. Nas informações que se seguem (Cf. tabela 2), somente os indicadores idade e sexo foram fornecidos pelas redações das revistas pesquisadas.

Indicadores do perfil do leitor previsto	CartaCapital	ISTOÉ	Veja
Idade	17% - com idade entre 20 e 24 anos 34% - com idade entre 25 e 34 anos 16% - com idade entre 35 e 44 anos 11% - com idade entre 45 e 59 anos	Não informado	20% entre 10 a 19 anos 13% entre 20 a 24 anos 30% entre 25 a 39 anos 17% ente 40 a 49 anos 20% com mais e 50 anos
Sexo	55% - homens 45% - mulheres	Não informado	47% - homens 53% - mulheres
Formação	64% - Curso superior 15% - Pós-graduação 61% - Lêem/falam inglês 40% - Lêem/falam espanhol	37% - Curso superior 6% - Pós-graduação 32% - Lêem/falam inglês 20% - Lêem/falam espanhol	39% - Curso superior 7% - Pós-graduação 37% - Lêem/falam inglês 20% - Lêem/falam espanhol
Renda familiar	50% - Acima de 10 S.M. 11% - Acima de 30 S.M.	37% - Acima de 10 S.M. 7% - Acima de 30 S.M.	36% - Acima de 10 S.M. 7% - Acima de 30 S.M.
Possuem computadores	77%	55%	59%
Acessam Internet	69%	42%	48%
Utilizam serviços bancários <i>on-line</i>	46%	30%	31%
Utilizam débito automático	66%	57%	58%

Tabela 2 - Perfil do leitor previsto das revistas pesquisadas. Adaptado de CartaCapital (2006a).

A revista **CartaCapital** define ainda os seus leitores como um público que faz parte da elite intelectual e econômica do país; são pessoas que ocupam cargos de destaque em suas áreas de atuação e que influenciam na tomada de decisões que podem afetar seu produto ou serviço. A revista **ISTOÉ**, por seu turno, afirma que seu público constitui-se de diretores, executivos, gerentes e supervisores. Já a revista **Veja** não forneceu um maior detalhamento sobre o perfil do leitor. Tendo em vista que se trata de revistas de informação, cujo objetivo é proporcionar ao leitor uma diversidade de assuntos, as pesquisas de opinião sobre a mídia

<sup>68</sup> Disponível em: [http://www.ipsos.com.br/m3.asp?cod\\_pagina=1083](http://www.ipsos.com.br/m3.asp?cod_pagina=1083).

revista também procuram agrupar o interesse do público leitor de acordo com os assuntos de seu interesse, conforme tabela a seguir:

Assunto	CartaCapital	ISTOË	Veja
Política nacional	85%	68%	65%
Política internacional	74%	54%	55%
Economia nacional e internacional	80%	72%	69%
Cultura dos povos/Antropologia	72%	61%	59%
Arte e cultura	76%	64%	64%
Ciência e tecnologia	74%	70%	68%

Tabela 3 - Assuntos de interesse do leitor previsto das revistas pesquisadas. Adaptado de CartaCapital (2006a).

Os dados apresentados (Cf. tabelas 2 e 3) mostram que os leitores pretendidos pelas revistas semanais de informação são, na sua maioria, formadores de opinião e interessados em discussões da atualidade. Ao construir uma projeção do interlocutor e do seu horizonte de expectativas, e, por consequência, do gênero pesquisado, o jornalismo de revista leva em consideração a compreensão ativa desse leitor (interlocutor previsto do gênero).

Segundo Bakhtin (1998, p. 89), “Ao se constituir na atmosfera do ‘já-dito’, o discurso é orientado ao mesmo tempo para o discurso-resposta que ainda não foi dito, mas é esperado”. Isso se relaciona a uma das características fundamentais do enunciado, que é a responsividade, que é “a possibilidade de *responder a ele* [enunciado], em termos mais precisos e amplos, de ocupar em relação a ele uma posição responsiva” (BAKHTIN, 2003d, p. 208, grifo do autor). No caso do nosso objeto de pesquisa, podemos observar a compreensão ativa através da reação-resposta ativa que pode ser presumida e demonstrada a partir das **entrevistas pingue-pongue** com os candidatos à Presidência da República do Brasil<sup>69</sup>, Lula (I2)<sup>70</sup> e Alckmin (I3). Nessa interação, a resposta ativa do leitor pode ter

<sup>69</sup> Referimo-nos aqui às eleições presidenciais de outubro de 2006.

<sup>70</sup> Com objetivo de facilitar a leitura, as **entrevistas pingue-pongue** foram nomeadas por uma sigla diferenciada. Por exemplo, V1 significa: a) V- indica a letra inicial da revista (**Veja**); b) 1 - indica o número da entrevista, de acordo com a lista que consta no anexo 1 desta dissertação. As entrevistas foram listadas separadamente, ou seja,

ocorrido de duas maneiras: a) a influência que o leitor-eleitor pode ter “sofrido” no momento de seu voto, ou seja, a escolha de seu candidato à presidência pode ter sido “conduzida” pelas entrevistas lidas anteriormente; b) a reação-resposta ativa que pode ser demonstrada pela situação de dois leitores, que materializaram essa compreensão responsiva ativa através de enunciados de outro gênero do discurso, no caso, o gênero carta do leitor<sup>71</sup>. A primeira carta foi publicada na edição de 25/10/06 e a segunda, na edição de 01/11/06. Seguem as cartas na íntegra.



Figura 3 - Carta do leitor 1: um exemplo de reação-resposta ativa.

---

por revista (**CartaCapital**, **ISTOÉ** e **Veja**), e seguindo a ordem em que aparecem na edição, que, por sua vez, segue a ordem cronológica. Além desse sistema de identificação dos enunciados do gênero **entrevista pingue-pongue**, incluímos, no final desta dissertação, a referência bibliográfica dos dados de pesquisa, de acordo com a ABNT. No decorrer da análise, a mesma entrevista poderá ser citada mais de uma vez para exemplificar questões diferenciadas.

<sup>71</sup> Foge ao escopo desta pesquisa a análise do gênero carta do leitor, assim, a inserção desse gênero (Cf. figuras 3 e 4) neste trabalho se justifica na tentativa de comprovar a questão teórica abordada sobre a reação-resposta ativa. Um trabalho mais aprofundado sobre esse gênero pode ser encontrado na pesquisa de HAESER (2005), intitulada, **O ensino-aprendizagem da leitura no ensino médio**: uma proposta a partir de oficina com o gênero carta do leitor, que também se insere nos trabalhos do grupo de pesquisa “Os gêneros do discurso: práticas pedagógicas e análise de gêneros” (UFSC).

A carta do leitor (Cf. figura 3) constitui-se em uma reação-resposta ativa do leitor do gênero **entrevista pingue-pongue**. O leitor-autor faz referência às entrevistas com os candidatos à presidência da república Lula (I2) e Alckmin (I3), publicadas na seção especial “Eleições 2006” da revista **ISTOÉ**, na edição de n. 1928<sup>72</sup>; no entanto, mais que referenciar as entrevistas, o leitor dá sua resposta ativa, opinando de maneira incisiva sobre o que foi dito nas entrevistas e ressaltando a importância de se conferir se as “promessas” feitas nas entrevistas serão cumpridas. O leitor assume uma posição de autoria que traz “recomendações” aos demais leitores, a partir de um já-dito, as entrevistas lidas e mencionadas pelo leitor



Figura 4 - Carta do leitor 2: um exemplo de reação-resposta ativa.

<sup>72</sup> A fotografia da capa da revista que é inserida na carta do leitor não é a referente à da edição da revista em que foram publicadas as entrevistas, mas da edição n. 1930. Tal situação pode ter sido um equívoco da redação da revista ou um ato intencional, mas essa hipótese demandaria uma análise de ambas as capas, o que extrapola o objetivo deste trabalho.



A carta do leitor (Cf. figura 4) constitui-se em uma reação-resposta ativa à entrevista do escritor João Ubaldo Ribeiro (I6)<sup>73</sup>. O leitor-autor parabeniza a revista pela entrevista com o escritor e “expressa” sua “identificação” com o conteúdo semântico-objetal da entrevista, isso se materializa na carta do leitor através da referência que o leitor-autor faz ao título da **entrevista pingue-pongue**, “*Não agüento a cara deles*”.

Em ambas as cartas, os enunciados **entrevistas pingue-pongues** passam a ser um discurso citado, ou melhor, objeto do discurso da carta do leitor (Cf. figuras 3 e 4), evidenciando uma complexa relação dialógica entre os enunciados e seus gêneros, bem como o caráter responsivo ativo dos enunciados na dinâmica da esfera do jornalismo.

#### 3.4.2 A questão da autoria

Bakhtin (2003c, p. 308) diz que: “Todo texto tem um sujeito, um autor (o falante, ou quem escreve)”; não “há palavra sem dono [...]” (2003c, p. 328) e esse dono (o autor) possui direitos inalienáveis sobre a palavra. Ou, ainda, que “Na relação criadora com a língua não existem palavras sem voz, palavras de ninguém. Em cada palavra há vozes às vezes infinitamente distantes, anônimas, quase impessoais [...] e vozes próximas [...]”. (BAKHTIN, 2003c, p. 330). Partindo da idéia de que todo texto tem um autor, cabe aqui definir o conceito de autor nos termos bakhtinianos. Bakhtin (2003b) apresenta a noção de autoria nos domínios literários, mas essa noção também pode aplicar-se a nossa análise. De acordo com ele, “[...] o autor ocupa uma posição responsável no acontecimento do existir, opera com elementos desse acontecimento e por isso sua obra é também um momento desse acontecimento” (BAKHTIN,

---

<sup>73</sup> A análise da **entrevista pingue-pongue** do escritor João Ubaldo Ribeiro (I6) será apresentada na seção 4.3.2, onde apresentaremos a análise do verbo-visual no gênero pesquisado.

2003b, p. 176). E ainda, o “Autor: é o agente da unidade tensamente ativa do todo acabado, do todo da personagem e do todo da obra [...]” (BAKHTIN, 2003b p. 10).

Em recente trabalho, situando o conceito de autoria no escopo literário, Faraco (2007) sistematiza o conceito de autor e autoria nos termos bakhtinianos. Segundo o autor, a principal colaboração de Bakhtin sobre a questão da autoria [na literatura] é o estabelecimento da diferença entre autor-pessoa (escritor, artista) e autor-criador (função estético-formal engendradora da obra) (FARACO, 2007). Essa noção desconstrói a concepção tradicional de autoria oriunda dos domínios literários (estilística clássica), em que autor e indivíduo se misturam em uma massa indivisível, depositando no autor quase que total autonomia e responsabilidade discursiva. Dessa maneira, uma nova formulação dessa concepção surge, pois o autor constitui uma posição axiológica de autor-criador que vê o mundo e dá “acabamento” ao objeto, direcionando o olhar do leitor (FARACO, 2007).

Todo enunciado tem um autor e a ele (o autor) é facultada a “responsabilidade” de dar o acabamento estilístico e composicional ao objeto; assim como o enunciado, segundo Rodrigues (2001, p.135), “[...] todo gênero tem sua própria concepção de autoria”, que não está relacionada à pessoa física (empírica), mas a uma posição de autoria inscrita no próprio gênero (RODRIGUES, 2001). Nesse sentido, todo gênero estabelece entre seus interlocutores a sua própria concepção de autoria, alguns de forma mais explícita e outros de maneira presumida.

A definição de autoria no gênero **entrevista pingue-pongue** mostrou-se uma tarefa demasiadamente complexa, pois o fato de existir uma assinatura, no início ou no final da entrevista, não garante o conhecimento da “real” autoria. Mas, com o intuito de definir a autoria no gênero em questão, partimos da seguinte afirmação de Alves Filho (2006, p. 78): “[...] a autoria se situa num lugar onde a dimensão textual e a dimensão social se encontram e se co-constituem”. Diante disso, para analisar a autoria inscrita no gênero pesquisado,

observamos, brevemente, o processo de produção<sup>74</sup> do gênero e os indícios de autoria semiotizados no material lingüístico do gênero.

Para entender o processo de produção da **entrevista pingue-pongue**, foi necessário adentrarmos, brevemente, o percurso de constituição desse gênero. Para isso, buscamos na esfera do trabalho do jornalismo de revista um resumo desse processo, que, de acordo com Vannuchi (2007b), compreende os seguintes passos:

**1. Definição da pauta** - o corpo editorial do veículo de comunicação decide por determinada abordagem e por determinado entrevistado. A sugestão da pessoa a ser entrevistada pode ser feita pelo jornalista, pelo editor, ou mesmo pelo diretor da revista, sempre em função da notícia e do interesse público;

**2. Contato com o entrevistado** - é feito o agendamento do local e horário para a entrevista face a face;

**3. Realização da entrevista face a face** - é realizada a entrevista, que é normalmente registrada em gravador, seja em fita cassete ou em formato digital;

**4. Escolha da maneira como a entrevista será publicada (texto corrido, entrevista pingue-pongue)** - já na redação da revista, a editoria pode verificar que a “conversa” não atingiu o objetivo, enfim, mostrou-se “fraca”, sem nenhuma novidade, sem brilho; assim, o projeto da matéria<sup>75</sup> é imediatamente abortado. Outras vezes, a editoria percebe que o assunto é bom, que há coisas novas, mas que a matéria ficará mais completa e melhor aproveitada se o tema for tratado em um texto corrido e não no tradicional formato de **entrevista pingue-pongue**, ou, ainda, decide por publicá-la como **entrevista pingue-pongue**. Normalmente essa “negociação” ocorre entre o autor da entrevista face a face (o jornalista que a conduziu) e o

---

<sup>74</sup> Como já mencionado anteriormente, o processo de produção do gênero, que parte da entrevista face a face para chegar no gênero **entrevista pingue-pongue**, não será explorado à exaustão, tendo em vista que o objetivo desta pesquisa é realizar uma análise do gênero **entrevista pingue-pongue** já publicado.

<sup>75</sup> Trata-se de um jargão jornalístico, usado de maneira genérica, para designar qualquer texto que se produz para o jornal ou revista (FOLHA DE S. PAULO, 2006).

editor responsável por aquela seção, por aquele espaço e por aquele assunto, enfim, pela editoria em que o assunto da entrevista se insere.

**5. Transcrição do material gravado (1ª etapa de edição)** - nos casos em que a editoria define por publicar a entrevista face a face em formato **entrevista pingue-pongue**, o jornalista responsável pela entrevista face a face transcreve o material gravado. Nessa etapa, acontece o primeiro processo de edição, já que o jornalista tem autonomia para “melhorar” trechos confusos na fala do entrevistado, substituir termos muito técnicos por expressões adequadas aos leitores de sua revista e, principalmente, resumir grandes discussões em função do espaço que terá à disposição. Quase sempre, o número de páginas é previamente definido e sempre inferior ao que renderia caso a entrevista fosse publicada na íntegra. Mas o jornalista já conta com isso e opta, deliberadamente, por produzir um conteúdo menor. Ele sabe que, em toda conversa, há muitas repetições, o que significa que alguns trechos serão cortados;

**6. Edição** - a etapa seguinte ao registro da entrevista é a edição, a hora de “separar o joio do trigo” – e, de preferência, publicar o trigo, como diz Vannuchi. O editor lê o que o jornalista lhe apresenta e, como faz em qualquer matéria, lança mão de sua “experiência” para realizar uma espécie de supervisão (ou um “controle de qualidade”) sobre o que está no papel. O editor verifica se as idéias estão claras; se as frases estão escritas corretamente (de acordo com a norma padrão); se os termos técnicos estão explicados; se a linguagem está de acordo com o público alvo da revista (Cf. discutido na seção 3.4.1); se há alguma coisa que precisa ser reescrita; se o jornalista deixou de fazer uma pergunta fundamental e se, em razão disso, deve ligar para o entrevistado a fim de sanar a dúvida deixada. Cabe ainda ao editor definir título e subtítulo da entrevista (muitas vezes aproveitando-se de sugestões dadas pelo jornalista) e checar se a apresentação do entrevistado e da matéria (normalmente um ou dois parágrafos publicados antes da entrevista em si) foi igualmente bem escrita pelo jornalista. Uma observação importante a se fazer é que quando o próprio editor é o autor da entrevista face a

face, ele mesmo cumprirá todas as etapas, da abordagem à edição, passando pelos cortes necessários e pela redação do texto de abertura;

**7. Edição gráfica** - finalmente, a edição gráfica estabelece a “cara” que a entrevista terá depois de publicada, como, por exemplo, se aparecerá com ou sem foto (ou fotos). O texto, já montado, volta para o editor para que sejam feitos os últimos ajustes necessários para a boa apresentação visual da matéria: algum corte que ainda seja necessário, a composição da(s) legenda(s) da(s) foto(s), uma ou outra frase colocada em destaque (que se chama de “olho” ou “janela” no jargão jornalístico) etc. Sobre esse processo de edição, lembramos que em algumas redações (revista **Veja**, por exemplo) ainda há o papel do revisor<sup>76</sup>, responsável por fazer a adequação lingüística do texto à norma padrão. Trata-se de uma profissão quase extinta nas redações de jornais e revistas, cuja função acaba sendo desempenhada pelo editor, quando este faz o “fechamento” da entrevista, deixando-a completamente revisada e encaixada na página (VANNUCHI, 2007b).

O que se pode deduzir dessa seqüência de “passos” para a produção do gênero **entrevista pingue-pongue** é que ocorre um complexo processo de co-autoria, pois jornalista e entrevistado são “autores” da entrevista face a face, a qual depois é reenunciada pelo jornalista e pelo editor, o que nos conduz à conclusão de que há, na **entrevista pingue-pongue**, um processo de co-autoria entre jornalista e editor. Observamos, também, que ao realizar a entrevista face a face não há, por parte do jornalista, a certeza de que aquela interação (entrevista face a face) resultará em uma **entrevista pingue-pongue**. Isso aponta para a idéia de dois gêneros distintos e não de uma continuação, dito de outro modo, é possível descolar esse dois momentos como duas situações sociais de interação.

---

<sup>76</sup> Havia nas redações de jornais e revistas a função de *copydesky*, que era a pessoa responsável pela correção do texto. Atualmente utiliza-se o termo ‘revisor’.

Além do processo de produção do gênero, perguntamos ao jornalista sobre a sua concepção de autor, ou seja, perguntamos a ele quem seria o autor da **entrevista pingue-pongue**. Optamos por reproduzir, na íntegra, a resposta do jornalista, para posterior análise.

**Pesquisadora:** Na sua opinião, quem seria o autor da **entrevista pingue-pongue**?

**Camilo Vannuchi:** O jornalista que fez as perguntas ao entrevistado<sup>77</sup>. Foi ele quem definiu os rumos da conversa, ouviu suas respostas e as interpretou para lançar a questão seguinte e conduziu o papo conforme lhe sussurrava a voz da razão. Munido de responsabilidade social e prática de abordagem, o jornalista torna-se o elo mágico entre o entrevistado e o público leitor. Ele tem o poder de decidir o que as pessoas vão ler (ou ouvir) daquele entrevistado e o que permanecerá oculto. Imagina ter o Bush à sua frente. Que perguntas você faria a ele? O jornalista é a pessoa que escolherá de que forma aquelas duas, três ou quatro páginas serão aproveitadas. Ele vai decidir se questiona o presidente americano sobre o etanol, sobre a guerra no Iraque, sobre o aquecimento global ou sobre a próxima sucessão presidencial. O que seu público gostaria de ouvir? O que é mais relevante? O que Bush jamais disse antes e poderia ser uma novidade? O que está de acordo com os objetivos pensados para aquela matéria em especial? Dessa forma, ao escolher o tema e dar seqüência ao “interrogatório”, o entrevistador se torna autor da entrevista. Da mesma forma que o médico-cirurgião é o autor da cirurgia (e não o paciente, o chefe do departamento ou o dono do hospital) (VANNUCHI, 2007b, grifo nosso).

Na concepção de Vannuchi (2007b), o jornalista responsável pela entrevista (face a face e pingue-pongue) deve ser considerado autor do gênero, em virtude de ter conduzido a entrevista e de ter realizado as perguntas iniciais e as novas perguntas suscitadas pelas respostas do entrevistado. Entretanto, podemos dizer que jornalista e entrevistado são co-autores durante a entrevista face a face, mas, no gênero **entrevista pingue-pongue**, percebe-se a mediação decisiva da esfera jornalística e da empresa jornalística, via editor, como instâncias normatizadoras e de “acabamento” desse processo. Assim, o trabalho de “acabamento” estilístico e composicional, que sinaliza a autoria, é definido também pela esfera do jornalismo (o jornalista faz parte desta esfera), a partir de uma linha editorial, mais precisamente, pela figura do editor.

---

<sup>77</sup> Podemos perceber, como dito na seção sobre os interlocutores do gênero, que o entrevistado já não é mais considerado autor da entrevista. Ele (o entrevistado) e a sua “fala” passam a ser objeto do discurso.

Dessa maneira, podemos concluir que, na **entrevista pingue-pongue**, há um processo de co-autoria entre jornalista e editoria, em que o jornalista assume um papel imprescindível na produção do gênero, uma vez que é ele o responsável pela entrevista face a face e também pela retextualização do material gravado, portanto, nessa etapa, ele é responsável pela primeira edição, momento em que se fazem os “cortes”, as alterações de alguns termos técnicos e redigem-se os parágrafos introdutórios que apresentam o entrevistado. Esse trabalho de edição se constitui em um acabamento estilístico-composicional próprio da responsabilidade do autor, contudo, além desse primeiro processo de edição, há o papel fundamental da editoria, que assume, perante a empresa jornalística, a responsabilidade de realizar o “acabamento” final do enunciado. É a editoria quem dá o “tom” apreciativo à entrevista ao escolher, dentre as perguntas realizadas na entrevista face a face, quais serão, de fato, publicadas e, ainda, como serão publicadas; é ela (a editoria) que tem autonomia para definir o título e os subtítulos; decidir sobre os “cortes” mais importantes, em outras palavras, é a editoria que define o que tem validade ou não, o que deve ou não ser publicado, fazendo, assim, o enquadramento do discurso do entrevistado.

Além de “procurarmos” o autor no processo de produção do gênero e nos papéis desempenhados pelos interlocutores durante o “trajeto de edição”, também encontramos indícios de autoria no próprio material lingüístico (enunciado publicado). Esses indícios se relacionam ao horizonte valorativo do gênero (que será apresentado de maneira detalhada no Capítulo 4 desta dissertação) e ocorrem de forma diferenciada nas diversas manifestações do gênero nas revistas pesquisadas, como veremos a seguir:

1. Nas **entrevistas nucleares**<sup>78</sup>, publicadas nas páginas vermelhas e nas seções principais da revista **ISTOÉ**; nas páginas amarelas e nas seções principais da revista **Veja**<sup>79</sup> e

---

<sup>78</sup> O critério para constituição desse agrupamento de entrevistas será detalhado na seção 4.2.1.

<sup>79</sup> Uma dessas seções é a intitulada “Auto-retrato”, cuja publicação ocorre “aleatoriamente”, ou seja, não é uma seção “fixa”; nas edições pesquisadas foram constatadas 2 (duas) incidências nos dados.

em qualquer seção na **CartaCapital**, os indícios de autoria se concretizam na materialidade lingüístico-textual através de duas situações que se apresentam concomitantemente: a) da referência à revista; b) da assinatura do jornalista inscrita na entrevista. A referência ao nome da revista é materializada lingüisticamente de duas maneiras: a) quando o nome da revista é inserido no texto introdutório da entrevista; b) quando o nome da revista é inserido no início da pergunta. Nesse caso, o nome da revista introduz a pergunta, é como se a própria revista estivesse realizando a pergunta ao entrevistado. Podemos dizer que através dessa inserção do nome da revista no início da entrevista ou na pergunta, a empresa jornalística “assume” a autoria de maneira mais contumaz: há nitidamente uma assimilação de vozes - a voz do jornalista (que assina a entrevista) com a voz da instituição (e da esfera social) de onde fala (empresa jornalística) -, pois se marca textualmente a presença da empresa jornalística ao se introduzir o nome da revista na posição de entrevistador.

2. Nas **entrevistas satélites** que são publicadas nas seções destinadas a colunismo social (Holofote (**Veja**), Gente (**Veja**)); aquelas que completam outros enunciados dentro de uma única página ou seção, tendo menor visibilidade, pois, muitas vezes, a entrevista cumpre a função de “completar” uma série de enunciados (por exemplo, as entrevistas publicadas na seção GUIA **Veja**) e na seção destinada à política (uma espécie de espaço destinado às “focacas políticas”) (**ISTOÉ**). Nas entrevistas satélites, a presença dos indícios de autoria se complexifica; isso se verifica com relação ao sistema de assinatura das revistas pesquisadas, pois a análise dos dados mostrou que no total de 52 entrevistas, encontramos 17 que não apresentam a assinatura do jornalista responsável e, dessas 17 incidências, 10 foram encontradas na revista **Veja** e 7 na revista **ISTOÉ**. Os casos observados em que se apaga a assinatura do jornalista ocorreram nas entrevistas de menor visibilidade; nessas situações, menciona-se simplesmente que o entrevistado concedeu a entrevista à referida revista, sem fazer menção ao jornalista.



Em resumo, as entrevistas nucleares, que recebem, na maioria das vezes, uma valoração positiva<sup>80</sup>, apresentam assinatura do jornalista e a referência à revista. Dessa forma, essas entrevistas apresentam indícios que, de certo modo, semiotizam a co-autoria entre o jornalista (responsável pela entrevista face a face e pela primeira parte de edição) e a editoria; dessa maneira, validam o que apresentamos anteriormente sobre a co-autoria entre jornalista e editoria que ocorre no processo de produção do gênero. A assinatura refere-se ao jornalista, e a referência ao nome da revista, por sua vez, representa a editoria. Já nas entrevistas satélites, os indícios não se semiotizam de forma padronizada: em algumas situações, temos a assinatura do jornalista e a referência ao nome da revista, já em outros casos, há o apagamento da assinatura do jornalista, aparecendo, somente, a indicação do nome da revista.

Até aqui, apresentamos os aspectos relativos à dimensão social da **entrevista pingue-pongue**, no capítulo seguinte, não só daremos continuidade à análise cronotópica, como também faremos a apresentação das regularidades apreendidas na dimensão verbal do gênero.

---

<sup>80</sup> No decorrer da dissertação, utilizaremos o termo “valoração positiva” para os casos em que o entrevistado e seu discurso são valorados positivamente pela empresa jornalística e, conseqüentemente, pelo leitor; e “valoração negativa” nas situações em que há uma valoração depreciativa com relação ao entrevistado e seu discurso.

O enunciado existente, surgido de maneira significativa num determinado momento social e histórico, não pode deixar de tocar os milhares de fios dialógicos existentes, tecidos pela consciência ideológica em torno de um dado objeto de enunciação, não pode deixar de ser participante ativo do diálogo social.

(BAKHTIN)

## 4 A DIMENSÃO VERBAL DO GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE

Neste capítulo, abordaremos os aspectos da dimensão verbal do gênero **entrevista pingue-pongue**. Inicialmente, daremos continuidade à apresentação da situação social de interação, através da discussão dos horizontes temático e valorativo. Optamos por apresentá-los no capítulo da dimensão verbal, tendo em vista sua relação intrínseca com essa dimensão. Em seguida, apresentaremos a composição lingüístico-textual do gênero, que compreende: a intercalação de gêneros e a análise do verbo-visual no gênero, que diz respeito à articulação entre os elementos verbais e os elementos pictóricos (principalmente a fotografia). Por fim, apresentaremos um resumo das regularidades da **entrevista pingue-pongue**.

### 4.1 O HORIZONTE TEMÁTICO

Segundo Rodrigues (2005, p. 167), o conteúdo temático do enunciado se refere a “[...] objetos [objeto do discurso] e sentidos (outros enunciados)”; “Todo gênero tem um conteúdo temático determinado: seu objetivo discursivo e finalidade discursiva, sua orientação de sentido específica para com ele e os outros participantes da interação” (RODRIGUES, 2001, p. 167). Tendo em vista que o conteúdo temático de um gênero extrapola os estratos lingüísticos e que não se restringe à noção de assunto, procuraremos, além de apresentar os assuntos mais “salientes” no gênero, analisar como se caracteriza o horizonte temático a partir do objeto do discurso e de seus sentidos (outros enunciados) no gênero pesquisado.

Podemos dizer, *a priori*, que, no gênero **entrevista pingue-pongue**, o efetivo conteúdo temático é o entrevistado e seu discurso, porém, nesta seção, abordaremos também o conteúdo temático do gênero entrevista face a face, que é intercalado na **entrevista pingue-**

**pongue.** Isso porque os temas oriundos da entrevista face a face se fazem presentes na entrevista publicada, ainda que, como dito antes, no gênero pesquisado, o objeto do discurso recaia sobre o entrevistado e seu discurso. Ao considerar a intercalação do gênero entrevista face a face e, conseqüentemente, a intercalação dos temas que “nascem” nessa situação de interação social, observamos que as entrevistas podem ser agrupadas, com relação ao objeto do discurso, em dois grupos: **1. Entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado; 2. Entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais.**

As entrevistas cujo objeto do discurso está ligado à pessoa do entrevistado buscam evidenciar “o quem” e não “o quê”, ou seja, o entrevistado torna-se, de maneira mais explícita, o objeto discursivo. Nessa modalidade, acontece um movimento muito singular que nos remete à diferença que Bakhtin estabelece entre os temas cotidianos (em especial da esfera privada/íntima) e os sociais (históricos). O jornalismo de revista constitui-se em um espaço discursivo em que se cruzam e se interligam esses temas, pois, ao “capturar” temas da vida privada e trazê-los ao espaço social institucionalizado, faz com que eles percam seu estatuto de temas privados e passem para o domínio do público, mediados e valorados pela esfera jornalística.

Um exemplo dessa questão é o procedimento da revista **Veja**, quando, em algumas situações, faz uso do gênero **entrevista pingue-pongue** como uma forma de colunismo social, ou melhor, como lugar de apresentação de “fuxicos”, e que tem como foco o entrevistado. Nas entrevistas publicadas nas seções intituladas Holofote e Gente não há um conteúdo “consistente” em que se evidencie um “denso conteúdo jornalístico”; o assunto gira em torno da “figura” do entrevistado, geralmente uma personalidade “famosa” da mídia televisiva, alguém que está sob o enfoque dessa mídia em um determinado espaço de tempo (na maioria das vezes, trata-se de um tempo efêmero). A vida particular da personalidade que

assume o *status* de entrevistado se torna o objeto do discurso da entrevista o que faz com que o enfoque da **entrevista pingue-pongue** saia da vida cotidiana (íntima) e migre para a esfera pública. A vida pessoal do entrevistado passa a ser de interesse “público”, pois essas entrevistas “adentram” sua vida pessoal com o objetivo de aferir interesse público a algo que, *a priori*, pertence à esfera privada.

Aqui se aplica a orientação do enunciado para os já-ditos e para os enunciados pré-figurados, uma vez que a esfera jornalística “tenta prever” o interesse do seu interlocutor/leitor em saber sobre a vida pessoal de determinado entrevistado. Como exemplo dessa situação, citamos a entrevista com a atriz Carol Castro (V18), que interpretava, na época da publicação da entrevista, uma “personagem” em uma telenovela, e, portanto, constituía, naquele momento, assunto de “interesse público”. Outro exemplo é a entrevista com Helena Moraes<sup>81</sup> (V10), mãe da senadora e candidata à Presidência da República Heloisa Helena. Em época de campanha política, tornou-se relevante para o objetivo discursivo da revista, inserir a entrevista da mãe da candidata à Presidência; isso revela que as entrevistas com foco no entrevistado são, de certa forma, “datadas”.

Na seqüência, apresentaremos algumas **entrevistas pingue-pongues** com foco no entrevistado que se sobressaíram nos dados, tendo em vista suas singularidades: elas confirmam o movimento de “querer saber” sobre o entrevistado, como também sobre as relações<sup>81</sup> que ele estabelece com outras personalidades. Uma delas é a entrevista com Luciana Vendramini<sup>82</sup> (V19), atriz que está afastada da mídia televisiva há um certo tempo. O motivo de sua “aparição” como entrevistada não foi um recente trabalho da atriz, nem algo especial que ela tivesse a dizer, mas sim os “rumores” de um suposto relacionamento amoroso entre a entrevistada e o cantor Roberto Carlos, conforme se observa na seqüência de perguntas transcritas:

---

<sup>81</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 9 desta dissertação.

<sup>82</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 10 desta dissertação.

(1)

1. O seu rompimento teve alguma relação com Roberto Carlos?<sup>83</sup>
2. De onde você acha que vêm os boatos?
3. Vocês se falam bastante?
4. E não existe um interesse nem seu nem dele de levar isso adiante?
5. Você vai ao show?
6. Você acha impossível você e o Roberto Carlos virem a namorar algum dia?

Como podemos observar, o objeto do discurso não é nem mesmo a própria entrevistada, mas a personalidade famosa com quem ela manteve contato, que é o cantor supracitado. A entrevista compõe-se de 6 (seis) perguntas, conta com um espaço reduzido para as respostas e nenhuma das perguntas focaliza exclusivamente a atriz entrevistada; todas estão “atravessadas” pela real personalidade, o cantor Roberto Carlos, que é, de fato, quem desperta o interesse público. Podemos dizer que, nessa entrevista, o objeto discursivo é um “outro”, já valorado pelos já-ditos, pelos discursos de “outrem”, que se interpõe entre o jornalista e a entrevistada.

Já a entrevista com Monique Evans<sup>84</sup> (V8), ex-modelo e apresentadora de programas de TV, é um típico exemplo de entrevista com enfoque no entrevistado. Na seqüência, apresentaremos as perguntas que focalizam a vida “particular” da entrevistada:

(2)

**Veja** - Você tem medo de ficar para titia?

**Veja** - Mas seus ex são mais novos do que você...

**Veja** - Você não recebe mais tantas cantadas?

**Veja** - Por que diz isso? Está menos vaidosa?

Há também exemplos de entrevistas que se situam na fronteira entre as que enfocam o próprio entrevistado e as que enfocam o conjunto dos acontecimentos sociais, tendo como baliza o “olhar” do entrevistado. Um exemplo dessa situação é a entrevista com a antropóloga Mirian Goldenberg (V4). Apesar de se tratar de uma especialista que estuda a

---

<sup>83</sup> A análise do conteúdo semântico-objetal das perguntas e das respostas será apresentada na seção 4.2.4.

<sup>84</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 11 desta dissertação.

“infidelidade em relacionamentos amorosos”, assunto esse que é introduzido na entrevista, caracterizando, assim, uma entrevista temática<sup>85</sup>, há, nesse caso, um movimento de relacionar a discussão em pauta (infidelidade feminina) à vida pessoal da entrevistada, causando um efeito de “intimidade” com a entrevistada, conforme evidenciado na seguinte pergunta da jornalista: “*Veja – E você, já traiu? Já foi traída?*”.

Uma situação semelhante acontece na entrevista já mencionada com Helena Moraes (V10), em que a personalidade, de fato, é a filha da entrevistada (Heloísa Helena, senadora e também candidata à Presidência da República, no primeiro turno das eleições-2006). O que confere à entrevistada um “espaço” na revista é o fato de ser mãe da candidata à Presidência; assim, fora dessa condição, Helena Moraes seria uma eleitora “comum”, não havendo nada de extraordinário que lhe “conferisse” o *status* de entrevistada. Nesse exemplo, há um misto de entrevista com foco no entrevistado e no acontecimento social (segundo turno das eleições presidenciais), uma vez que a entrevista “aportou-se”, primeiramente, na pessoa da entrevistada, focalizando a “real” personalidade (a senadora e presidenciável Heloísa Helena), e depois no tema “segundo turno das eleições presidenciais”, conforme indicação da seguinte pergunta feita à entrevistada: “*Veja – A senhora foi proibida pela sua filha de gravar uma mensagem de apoio a Alckmin?*”.

Já as entrevistas cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais são aquelas que apresentam as manifestações/apreciações do entrevistado sobre assuntos “diversos” que contemporaneamente constituem conteúdo jornalístico, caracterizando um movimento de “querer saber” o que o especialista, a personalidade ou o entrevistado “comum”<sup>86</sup> têm a dizer sobre esses assuntos da atualidade. Na verdade, novamente volta-se a focalizar o entrevistado e seu discurso (o que nos levou a considerar que no **gênero entrevista pingue-pongue** o conteúdo temático é o entrevistado e seu discurso). Essas entrevistas podem

---

<sup>85</sup> O conceito de entrevista pingue-pongue temática será apresentado na sequência.

<sup>86</sup> Nessa situação, estamos nos referindo às **entrevistas pingue-pongues**, cujos entrevistados são cidadãos que fazem algum tipo de denúncia ou fornecem sua versão sobre acontecimentos diversos.

ser subdivididas em duas categorias: a) Temática<sup>87</sup>: que aborda um tema frente ao qual o entrevistado detém o *status* de especialista; b) Testemunhal: trata-se do relato do entrevistado sobre alguma situação ou fato de que ele participou ou que presenciou; aqui se tem a manifestação de pessoas “comuns”, que não assumem estatuto de “especialistas” em determinada área, mas possuem um conteúdo a ser transmitido, ou melhor, denunciado.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado</li> </ul>	9
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais</li> </ul>	Entrevistas temáticas - 42
	Entrevistas testemunhais - 1

Tabela 4 - Classificação das entrevistas pingue-pongues com relação ao conteúdo temático.

Conforme a tabela 4, observamos a incidência de 9 (nove) **entrevistas pingue-pongues** cujo objeto do discurso é o entrevistado, e somente 1 (uma) incidência de **entrevista pingue-pongue testemunhal**. A maior incidência foi, portanto, de **entrevistas pingue-pongues temáticas**, aquelas que “trazem” o entrevistado para “falar” sobre determinado assunto. Nas 42 (quarenta e duas) entrevistas temáticas, os assuntos tratados foram os que aparecem na tabela a seguir:

Assuntos das entrevistas pingue-pongue temáticas	Incidências
Segundo turno das eleições presidenciais e política nacional	19
Comportamento	5
Política Internacional	4
Questões ambientais	3
Ciência/Tecnologia	3
Saúde	3
Economia	2
Direitos humanos	1
Livro do entrevistado	1
Terceiro setor/Responsabilidade social	1

Tabela 5 - Assuntos das entrevistas pingue-pongues temáticas.

<sup>87</sup> As classificações - temática e testemunhal - foram adaptadas da proposta de Lage (2004).



Nas entrevistas temáticas (Cf. Tabela 5), a primeira questão a ser levada em conta é que elas foram publicadas no período pré e pós segundo turno das eleições presidenciais no Brasil, por isso, esse assunto sobrepõe-se aos demais. Durante a seleção dos dados, já havíamos previsto esse “atravessamento temático”, assim, procuramos analisar de que maneira o referido assunto (política/segundo turno das eleições presidenciais) foi inserido no conteúdo temático das entrevistas analisadas. Obviamente, esse tema foi incorporado pelas três revistas pesquisadas, porém, tal inserção se materializou de forma diferenciada nas edições pesquisadas. A **CartaCapital**, por exemplo, lançou uma revista extra com objetivo de “cobrir” as eleições. A **Veja**, por sua vez, veiculou diversas reportagens de capa abordando o assunto, mas a única **entrevista pingue-pongue** inserida na revista **Veja** e que aponta explicitamente o “atravessamento” do referido tema foi a entrevista com Helena Moraes (V10). A entrevista mostrou-se abertamente tomada (e valorada) pelo tema eleições presidenciais, o que se confirma logo no seu título: “*Lula não terá meu perdão*”.

Já a revista **ISTOÉ** foi a que mais fez essa incorporação temática nas entrevistas; das 6 (seis) entrevistas publicadas nas páginas vermelhas, 5 (cinco) tematizaram as eleições e a política nacional. Além disso, a revista mostrou uma preferência por esse gênero para abordar a questão, tendo em vista a publicação de **entrevistas pingue-pongues** com os dois candidatos à Presidência da República no segundo turno das eleições: Luiz Inácio Lula da Silva<sup>88</sup> (I2) e Geraldo Alckmin<sup>89</sup> (I3). Uma explicação para esse procedimento pode relacionar-se à “capacidade” desse gênero de criar um efeito de “pluralidade de vozes”, transmitindo ao leitor a impressão de que há a inserção de outra “voz” que não a do jornalista, o que representaria uma posição valorativa externa à empresa jornalística.

---

<sup>88</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 5 desta dissertação.

<sup>89</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 6 desta dissertação.

No caso dos candidatos à Presidência da República, a editoria da revista poderia ter utilizado o discurso citado através de uma reportagem especial, mas não foi o que aconteceu; ela (a editoria) optou pela publicação da **entrevista pingue-pongue** com os dois candidatos, acentuando os “efeitos” de “neutralidade” e de “pluralidade de vozes”. Ainda sobre os efeitos de sentido que o gênero possibilita, podemos dizer que, através das entrevistas com os referidos entrevistados, a empresa jornalística projeta a idéia de que temos mais “fielmente” a posição dos candidatos, possibilitando, assim, maior “veracidade” e “fidelidade” à “fala” desses.

Toda essa construção de “efeitos de sentido” produzida pela empresa jornalística é muito “propícia” em um momento histórico repleto de tensões político-ideológicas, em que a própria mídia é, muitas vezes, acusada de divulgar informações enganosas, sensacionalistas e, sobretudo, partidárias. Dessa forma, a entrevista cumpre o papel de mostrar uma suposta “isenção” da revista em relação à “fala” dos candidatos à Presidência da República. Além disso, após a eleição, e tendo se confirmado a reeleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, a revista entrevistou o grupo que possivelmente integraria o ministério do novo governo, totalizando 8 (oito) entrevistas exclusivas na mesma edição. Tal prática revela a valoração positiva que a editoria de **ISTOÉ** concede ao gênero e evidencia também a maneira como o horizonte temático das entrevistas foi “encharcado” pelas motivações políticas vigentes na época da publicação (segundo turno das eleições presidenciais).

Com relação aos demais assuntos (Cf. tabela 5), os dados mostraram que, nas **entrevistas pingue-pongues** publicadas pela revista **Veja**, destacaram-se as temáticas: saúde, comportamento e questões ambientais, veiculadas principalmente na seção GUIA **Veja**<sup>90</sup>. O próprio nome da seção já apresenta uma intenção de “orientar” o leitor sobre questões da

---

<sup>90</sup> Essa seção da revista **Veja** tem por objetivo discutir questões sobre comportamento, saúde e profissão, tendo um enfoque discursivo de auto-ajuda.

atualidade; evidenciando um discurso<sup>91</sup> performativo e explicativo. Os entrevistados, dentro do projeto discursivo da revista, assumem *status* de “vozes” autorizadas para “transmitir” um conhecimento legitimado. Dessa forma, nas entrevistas sobre saúde, a revista insere a “voz” da nutricionista para “orientar” o leitor a ter uma alimentação saudável; na entrevista sobre comportamento, traz o psicólogo para dar “dicas” de como vencer o estresse de uma rotina intensa de trabalho e assim sucessivamente. Esse todo temático faz com que as entrevistas sejam uma espécie de “manual” (guia) de “dicas”, formando um discurso de auto-ajuda para a construção de um sujeito “vencedor” e “feliz”.

Já as entrevistas publicadas pela revista **CartaCapital** organizam-se em torno de questões sociais, políticas e filosóficas, contudo, os assuntos não aparecem bem delimitados, pois, muitas vezes, ocorrem “cruzamentos” temáticos. Observamos, por exemplo, entrevistas que se encontram na interface entre política internacional e filosofia. Vejamos alguns casos:

1. Temática sócio-econômica: a entrevista com o vencedor do prêmio Nobel da Paz, o bengalês Muhammad Yunus<sup>92</sup> (C2), professor de economia e política de Bangladesh. O entrevistado ganhou o prêmio em virtude da criação do Grameen Bank, conhecido como o “banco dos pobres”, que atua no sentido de erradicar a pobreza. A entrevista discute a atuação do entrevistado na área social e também relaciona questões econômicas relativas à fundação do referido banco;

2. Temática filosófico-política: entrevista com o filósofo italiano Domenico Losurdo (C4): na qual se estabelecem conexões entre questões filosóficas tais como, concepções teóricas marxistas e a política moderna (liberalismo político). A entrevista mais focada, portanto, aquela em que o assunto é mais definido, é a entrevista com Gwyn Prins

---

<sup>91</sup> Uma análise mais aprofundada dessa questão pode ser encontrada em: AUGUSTI, Alexandre Rossato; **Jornalismo e comportamento**: os valores presentes no discurso da revista *Veja*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005. Essa pesquisa analisou os valores inseridos nas reportagens da revista **Veja** e constatou que os valores dominantes no discurso da revista são os que defendem um indivíduo saudável, belo, inteligente e que vive com prazer.

<sup>92</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 4 desta dissertação.

(C3), historiador e professor de História da *London School of Economics* e da *Columbia University* em Nova York. A entrevista tem como tema a política norte-americana, mais especificamente as eleições nos EUA, a disputa entre democratas e republicanos.

Podemos observar que as entrevistas da revista **CartaCapital** apresentam um conteúdo temático voltado principalmente para assuntos políticos e econômicos da atualidade, em que o entrevistado (um especialista) apresenta um enfoque crítico e analítico dos temas abordados.

Por fim, com relação às entrevistas pingue-pongues testemunhais, a única ocorrência publicada foi realizada com Adolfo Rodrigues (I7), empresário que denunciou fraudes nas compras do Senado. O que podemos dizer, como hipótese, é que tendo em vista o caráter “noticioso” intrínseco às informações sobre denúncias de determinada questão (moral, política ou econômica), é mais comum que tais denúncias, “apuradas” na entrevista face a face, sejam publicadas em forma de discurso citado nos gêneros reportagem ou notícia, o que explicaria a baixa incidência dessa modalidade de entrevista.

#### 4.1.1 As relações dialógicas

O horizonte temático de um gênero também se orienta pelos sentidos, que são outros enunciados, o que nos remete à questão das relações dialógicas<sup>93</sup> que ocorrem na revista - à sua dialogicidade interna. A análise mostrou que se “trava” um diálogo intenso entre os enunciados de diferentes gêneros que compõem a revista, que a **entrevista pingue-pongue** entra em dialogização com enunciados de outros gêneros, como resenha, e reportagem, e, além disso, que há um diálogo entre as seções da revista. Nesses casos, a entrevista cumpre a tarefa de reafirmar, exemplificar, enfim, de solidificar, através do

---

<sup>93</sup> Na seção 4.3.2, apresentaremos outro exemplo de relação dialógica.

discurso citado do entrevistado, a posição axiológica inserida nos gêneros publicados em uma mesma seção ou em seções diferentes, corroborando para o projeto discursivo da empresa jornalística.

Vejamos alguns exemplos da dialogicidade interna na revista:

1. A entrevista com o psiquiatra americano Edward M. Hallowell (V3), que ocupa meia página e está inserida em uma seção cujo tema é saúde mental e comportamento, situa-se na seção GUIA Veja e está cumprindo a função de “ilustrar” e/ou reafirmar a reportagem “maior”, que se centra na discussão sobre hiperatividade causada pelo ritmo de vida profissional acelerado;

2. A entrevista com o norte-americano Hary Eker<sup>94</sup> (V12), autor de *best-seller* e milionário, que integra a seção Comportamento, está “dialogando” com o gênero reportagem (anterior à entrevista), no qual se discute o sucesso dos manuais que “ensinam” o caminho para o enriquecimento. A entrevista, “encaixada” após a reportagem, cumpre o papel de fornecer ao leitor “dicas” para alcançar o *status* de milionário;

3. A entrevista com o psiquiatra e autor de livros sobre comportamento, José Ângelo Gaiarsa (I8), também se caracteriza como um “complemento” aos enunciados anteriores e está incluída na seção Comportamento, na qual se constata a seguinte seqüência de enunciados: a reportagem que discute o tema traição conjugal; a segunda reportagem que aborda a discussão sobre as relações matrimoniais alternativas em que são possíveis relações amorosas simultâneas com aceitação dos parceiros e, justamente “encaixada” nessa segunda reportagem, encontra-se publicada a entrevista. Nesse caso, fica evidente a relação dialógica que se estabelece entre os enunciados de diferentes gêneros, pois o entrevistado defende a idéia de “poliamor”, tema da seção; dessa forma, trata-se da “opinião” de um especialista “validando” o conjunto de idéias ali expostas;

---

<sup>94</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 8 desta dissertação.

4. A entrevista com Susan Linn (V7), psicóloga americana, enfoca a questão do consumismo infantil e encontra-se ancorada na seção GUIA Veja, completando, na mesma página, reportagem sobre a referida temática da entrevista;

5. A entrevista com Mireille Guilliano (V16), presidente de uma empresa fabricante de champanha e autora de *best-seller*, está relacionada à seqüência de reportagens sobre saúde, que focalizam a “boa forma”;

6. A entrevista com Adolfo Rodrigues (I7), empresário que faz uma denúncia de corrupção na esfera política (Senado), está completando uma reportagem intitulada “Compra no Senado sem licitação”. Nesse caso, ao invés da palavra do “especialista” sobre determinado tema, temos a palavra da “testemunha” sobre um fato, o que serve de “comprovação”, uma vez que causa um efeito de “verdade”, conferindo veracidade ao fato apresentado na reportagem.

O maior exemplo de relação dialógica entre os gêneros de diferentes seções pôde ser observado na edição da revista **Veja** de 18/10/2006, anterior ao segundo turno das eleições presidenciais. Fizemos uma lista da seqüência de gêneros e respectivas abordagens, evidenciando, assim, uma “ligação” temática que evidencia as relações dialógicas no interior da revista.

1. Chamada de capa intitulada: “*Dossiêgate: Limpeza de alto risco. A operação para encobrir a origem do dinheiro pode ser ainda mais devastadora para o governo*”;

2. **Entrevista pingue-pongue** (páginas amarelas) com o psicólogo americano David Livingstone Smith<sup>95</sup> (V9), que aborda o tema comportamental “mentira” e cujo título é: “*O filósofo afirma que políticos mentem mais do que a média e que nosso cérebro está programado para aceitar falsidades*”;

---

<sup>95</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 7 desta dissertação.

3. Entrevista com Helena Moraes (V10), cuja introdução é: *“No primeiro turno, a alagoana Helena Moraes, de 70 anos, votou em sua filha, a senadora Heloísa Helena. Agora votará no tucano Geraldo Alckmin. Só não gravou para o programa de TV do PSDB porque sua filha não deixou”* e cujo título é: *“Lula não terá meu perdão”*.

4. Reportagens (pequenas) que comentam escândalos políticos envolvendo pessoas ligadas ao governo;

5. Reportagem (8 páginas) sobre escândalos políticos relacionados ao governo e ao Partido dos Trabalhadores (PT);

6. Reportagem que aborda a questão das privatizações, cujo título é: *“Vivam as privatizações! Lula as abomina. Alckmin as defende com timidez, mas a venda de estatais é a melhor maneira de combater a corrupção, o aparelhamento e a ineficiência”*;

7. Entrevista com o economista Fabio Giambiagi (V11), que aborda o problema da previdência social e tem por título *“O Brasil está se suicidando. Livro mostra como Previdência se tornou o veneno invisível das contas públicas do país”*;

8. Reportagem intitulada: *“O terrorismo do PT. A campanha de Lula adota a tática de usar boatos para prejudicar o adversário”*.

Observamos que quase metade da edição dedica-se ao horizonte temático da política, que coaduna com o que estava acontecendo socialmente na época da publicação da revista: a campanha eleitoral e o segundo turno das eleições presidenciais, que constituem acontecimentos sociais, ou seja, eventos da vida transpostos, analisados, validados e valorados pelo discurso jornalístico. Mais que focalizar um tema, essa seqüência de publicação materializa um engajamento político-ideológico por parte da empresa jornalística, que se revela contrário à reeleição do candidato Luiz Inácio Lula da Silva. Dessa forma, na seqüência apresentada, as reportagens e entrevistas abordam “escândalos” políticos que envolvem pessoas do governo; outras vezes, discutem os problemas econômicos, “sugerem”

ou atribuem a responsabilidade ao atual governo<sup>96</sup>, que, por sua vez, também é candidato à reeleição; enfim, os enunciados revelam um discurso que contraria todas as ações do referido candidato.

Assim, o projeto discursivo do autor da **entrevista pingue-pongue** ou da reportagem insere-se em um projeto discursivo maior, o da empresa jornalística (nesse caso, constitui em fazer oposição político-ideológica ao candidato do governo). A dialogicidade interna na revista se materializa no horizonte temático, mas sua base é um discurso autoritário (único) da empresa jornalística, que, por sua vez, está ligada a outras esferas (políticas, empresariais). Para reafirmar esse discurso autoritário, e, ao mesmo tempo, produzir um “efeito” de pluralidade ideológica, a revista insere a palavra do “outro” (do psicólogo, do economista, da mãe da senadora, do jornalista, da testemunha do escândalo político-financeiro, etc.). Essas “vozes alheias” criam uma “aparente pluralidade”, mas, na verdade, legitimam um discurso hegemônico.

As relações dialógicas apresentadas entre os diferentes gêneros dentro de uma mesma seção ou entre diferentes seções da revista caracterizam um movimento dialógico que só é percebido se considerarmos o gênero como objeto de estudo, pois, o leitor, ao fazer uma leitura “menos atenta”, não percebe o “engendramento” discursivo-ideológico presente nessas “relações” e que é responsável por produzir um discurso hegemônico que tende a fazer com que o leitor seja “convencido” de posições ideológicas defendidas pela própria empresa jornalística.

Os casos supracitados mostram que o gênero **entrevista pingue-pongue** precisa ser considerado em sua relação dialógica com os demais gêneros, pois ele estabelece um diálogo com os demais enunciados presentes na seção em que está inserido e na revista como

---

<sup>96</sup> Na ocasião da pesquisa, Luiz Inácio Lula da Silva ocupava o cargo de Presidente da República e era também candidato à reeleição, vindo a eleger-se no segundo turno das eleições presidenciais do ano de 2006.



um todo. Nos exemplos citados<sup>97</sup>, a entrevista torna-se um meio de reafirmar os já-ditos através de uma espécie de parecer de um especialista que pode ser considerado “voz” de autoridade sobre determinado assunto e, portanto, pode aferir juízo de valor ou, ainda, através da “voz” da testemunha sobre determinado fato. No caso da revista **Veja**, percebemos mais efetivamente o objetivo de convencer o leitor, ou melhor, saturá-lo em relação a determinados pontos de vista da empresa jornalística (revista). Dessa forma, a multiplicidade de gêneros, não raras vezes, esconde a homogeneidade discursivo-ideológica que se pretende produzir.

Outro exemplo de dialogicidade interna na revista são as entrevistas com os candidatos à Presidência da República, Luiz Inácio Lula da Silva (I2) e Geraldo Alckmin (I3), na revista **ISTOÉ**, na edição de 04/10/2006. As entrevistas foram publicadas na seção especial “Eleições 2006”, na seguinte seqüência: primeiro a entrevista com o candidato do atual governo, Lula (I2) e, em seguida, a entrevista com o candidato Alckmin (I3).

Na análise da entrevista com o candidato Lula (I2), observamos um diálogo intenso entre o entrevistado e o leitor-eleitor, uma vez que, na entrevista face a face, o entrevistado não direcionou seu discurso somente ao jornalista, mas, sobretudo, ao leitor-eleitor, conferindo à entrevista face a face um “tom” de campanha eleitoral e utilizando-se, para tal, de “ataques” ao concorrente. Nesse caso, o entrevistado prevê a reação-resposta ativa do leitor-eleitor, como também tem clareza do processo de reenunciação por qual passará o seu discurso. Isso revela que o entrevistado “domina” o gênero, pois tenta, de certa maneira, “driblar” a edição para que seu discurso de propaganda eleitoral “alcance” o leitor-eleitor<sup>98</sup>.

Na reenunciação da entrevista face a face, ou seja, na **entrevista pingue-pongue**, esse discurso diretivo ao leitor-eleitor se concretiza nos enquadramentos do discurso citado do entrevistado. Assim, o autor da entrevista cria o ângulo valorativo que a empresa jornalística quer conferir à entrevista, como podemos observar no seguinte exemplo,

---

<sup>97</sup> É importante ressaltar que se trata dos exemplos citados, pois nem toda entrevista constitui-se em “voz” de autoridade.

<sup>98</sup> O “domínio” do gênero também se verifica na entrevista com o candidato Alckmin.

(3)

“Depois de anos de inflação alta, desequilíbrios orçamentários e nas contas externas, finalmente conseguimos colocar a economia brasileira na rota do crescimento sustentado [...]”<sup>99</sup>.

“De toda forma, tivemos que atender a outras prioridades, como vocês sabem, porque recebemos um país praticamente quebrado”.

“No segundo mandato, depois que arrumamos a casa, o Brasil vai dar um salto de qualidade”.

Nessas respostas, o entrevistado Lula manifesta um discurso de oposição ao governo anterior (PSDB) e que é projetado para o candidato adversário, representante do mesmo partido político. O entrevistado “aproveita” a entrevista para realizar uma espécie de “comício político”, pois quando é indagado sobre as suas ações futuras, ele responde através de críticas às ações passadas do partido ao qual se opõe na atualidade conforme o fragmento: “[...] *recebemos um país praticamente quebrado*”, fazendo, assim, o movimento de inserção de um discurso de oposição partidária. Nesse sentido, há uma constante dialogicidade na entrevista, revelando a presença de “outros” participantes na interação, a saber, o leitor-eleitor e o adversário. Isso se materializa no uso do pronome ‘nós’: “[...] *finalmente conseguimos colocar a economia brasileira na rota do crescimento sustentado*”, trata-se de uma modalização do entrevistado que busca obter a adesão do leitor-eleitor, tendo em vista que esse “nós” representa, na verdade, o próprio entrevistado e suas ações como Presidente da República.

A entrevista com o candidato Alckmin (I3), por sua vez, também manifesta essa dialogicidade, conforme podemos observar no exemplo:

(4)

“Vou trabalhar duro para acabar com a ineficiência e a corrupção que se entranham em todo o governo federal”.

“Infelizmente, o governo atual nos condenou a quatro anos de paralisia”.

---

<sup>99</sup> Nos capítulos dedicados à apresentação da análise serão sublinhados os fragmentos considerados mais relevantes para o aspecto em análise.

“Quem se desgastou foram os aliados do governo, a base governista forjada na base dos mensalões”.

O discurso do entrevistado (Alckmin) também apresenta uma orientação do seu discurso para o leitor-eleitor, bem como, para seu adversário político. Nas suas respostas, observamos a orientação do discurso para a temática da corrupção na base governista, o que remete o leitor-eleitor aos já-ditos veiculados pelo jornalismo sobre o referido assunto, que, inclusive, estavam tendo um enfoque especial no período do segundo turno das eleições. Dessa maneira, o entrevistado “costura” sua resposta com discursos “alheios” repletos de já-ditos e de intenções valorativas. O entrevistado também modaliza seu discurso através do uso do pronome “nós”, “[...] *o governo atual nos condenou [...]*”, assim, ele inclui nesse “nós” todo o país, representando, pois, um movimento dialógico de generalização que constitui uma estratégia eleitoral para obter a adesão do leitor-eleitor à sua orientação valorativa.

Enfim, nessas relações ideológico-discursivas, “trava-se” um diálogo tenso e inconcluso entre as entrevistas dos referidos candidatos, que constrói uma “cena” de comício político, típico de período eleitoral. Essa dialogicidade se dá, primeiramente, na interação face a face, quando os entrevistados já se pronunciam tendo em mente a concepção de seus destinatários (leitor-eleitor e adversário), e, depois, na reenunciação da interação face a face (na **entrevista pingue-pongue**), onde os autores das entrevistas, seguindo o projeto discursivo da revista, posicionam os entrevistados em relação dialógica, através dos enquadramentos de seus discursos citados, o que nos remete à próxima seção.

#### 4.1.2 O enquadramento do discurso do outro

A **entrevista pingue-pongue** caracteriza-se por ser um enquadramento do discurso citado do entrevistado na entrevista face a face. Segundo Rodrigues (2001, p. 173), “O

enquadramento do discurso do outro no enunciado cria a perspectiva, o fundo dialógico que é dado ao discurso introduzido”. E sobre esse enquadramento do discurso do outro, Bakhtin diz que,

[...] por maior que seja a precisão com que é transmitido, o discurso de outrem incluído no contexto sempre está submetido a notáveis transformações de significado. O contexto que avoluma a palavra de outrem origina um fundo dialógico cuja influência pode ser muito grande. Recorrendo a procedimentos de enquadramento apropriados, pode-se conseguir transformações notáveis de um enunciado alheio, citado de maneira exata. O polemista inescrupuloso e hábil sabe perfeitamente que fundo dialógico convém dar às palavras de seu adversário, citadas com fidelidade, a fim de lhes alterar o significado. [...] A palavra alheia introduzida no contexto do discurso estabelece com o discurso que o enquadra não um contexto mecânico, mas uma amálgama química (no plano do sentido e da expressão); o grau de influência mútua do diálogo pode ser imenso (BAKHTIN, 1998, p. 141).

O enquadramento do discurso do outro, nos termos bakhtinianos, caracteriza-se por conferir a esse discurso citado um novo acento de valor, criar um “ângulo” dialógico-axiológico que o autor pretende inserir nesse discurso.

No exemplo das entrevistas com os candidatos à Presidência da República (Cf. seção 4.1.1), ao enquadrar o discurso citado dos entrevistados, os autores “colocam” as duas entrevistas, como também os entrevistados, em relação dialógica, assim, os autores criam um fundo aperceptivo que propicia um diálogo entre esses enunciados. Esse diálogo aparece logo no início, na frase introdutória, uma vez que a entrevista de Lula (I2) apresenta o seguinte título: “*Sempre fui contra a reeleição*”; já a entrevista de Alckmin (I3), por seu turno, tem como título: “*O Brasil pisou no freio*”. Ao optar por tais títulos, os autores enquadram essas falas dos entrevistados, as quais constituem “falas” que compõem o “corpo” da entrevista e que, após um trabalho estilístico-composicional, são “emolduradas” como títulos das entrevistas. Ao enquadrar esses discursos, os autores conferem a eles o “tom” apreciativo desejado pela empresa jornalística. No exemplo citado, os autores fazem com que os dois

títulos “travem” uma briga ideológica nos moldes de campanha política, o que nos remete a uma “encenação” de um debate ao vivo.

Com relação ao conteúdo do discurso citado que foi enquadrado no título, podemos dizer que o candidato Lula pronuncia-se contra a reeleição porque foi no mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso (PSDB), do mesmo partido do candidato oponente, Alckmin, que a lei referente à reeleição presidencial foi promulgada. Já o título da entrevista de Alckmin, por sua vez, “ataca” o governo do candidato à reeleição (Lula) quando diz que o Brasil pisou no freio, em outras palavras, aponta que não houve crescimento econômico durante o último mandato presidencial. Podemos dizer que esse título “reforça” um já-dito sobre o mandato do governo Lula, que o “desqualifica” e que mostra um movimento de aproximação com o discurso do candidato Alckmin.

Já o enquadramento do trecho “*Sempre fui contra a reeleição*”, revela-se a entoação valorativa negativa do autor da entrevista. É como se o autor perguntasse ao entrevistado Lula: “*Se você é contra a reeleição, porque se candidatou novamente à presidência?*”. Mais do que interrogar o entrevistado, a pergunta coloca a credibilidade do candidato em dúvida; além disso, a pergunta focaliza o leitor, incitando-o também a fazer a mesma pergunta; nesse sentido, a pergunta deixa de ser a pergunta de um indivíduo e passa a ser uma pergunta coletiva.

Assim, conforme exposto, essas duas “falas” estão inseridas no “corpo” das entrevistas, mas, ao “pinçá-las” do enunciado e enquadrá-las no título da entrevista, conferindo-lhes destaque, os autores estão realizando seu trabalho estilístico-composicional e, ao mesmo tempo, produzindo um discurso bivocal que entrelaça a voz do entrevistado com a voz do autor, e que concede ao enunciado “pinçado” um tom apreciativo de adesão ou de distanciamento. No entanto, toda essa construção ideológico-discursiva só pode ser percebida levando-se em conta a parte presumida do enunciado, ou seja, se levarmos em consideração,

conforme propõem Bakhtin/Volochínov (1926), o contexto extraverbal do enunciado, que, nesse caso, trata-se de um evento valorado e enquadrado pelo jornalismo - as eleições presidenciais.

#### 4.1.3 O projeto discursivo

Na perspectiva bakhtiniana, há dois fatores que fazem com que um texto assuma o estatuto de enunciado: seu projeto discursivo (a intenção interlocutiva) e a execução desse projeto (BAKHTIN, 2003d). O projeto discursivo de um enunciado é o autor e seu querer dizer, logo, “a *vontade discursiva* do falante” (BAKHTIN, 2003d, p.281, grifo do autor), que, por sua vez, está ligada às coerções sociais e discursivas do próprio gênero em que se insere; em outras palavras, o projeto discursivo é determinado pelas condições da situação de interação.

Assim, fizemos o seguinte questionamento: Qual a finalidade discursiva do gênero **entrevista pingue-pongue**? O que motiva a esfera jornalística a publicar esse gênero? Para responder a essa questão, encontramos, em Vannuchi (2006), uma primeira possibilidade de resposta. Segundo o autor, a entrevista deve trazer alguma novidade para quem lê; deve apresentar posições curiosas e não convencionais sobre determinado assunto e possibilitar que o leitor conheça mais profundamente o entrevistado. Portanto, podemos dizer que o projeto discursivo do autor<sup>100</sup> da **entrevista pingue-pongue** é evidenciar o entrevistado e seu “dizer”, o que equivale a dizer que a finalidade discursiva do gênero está intrinsecamente ligada ao objeto do discurso, que é o entrevistado e seu discurso.

Além disso, Vannuchi (2006) diz que a entrevista deve “transportar” o leitor para aquele diálogo, como se todos estivessem testemunhando aquela conversa. Isso quer dizer que

---

<sup>100</sup> Cf. discutido na seção 3.4.2, a autoria do gênero pesquisado ocorre na relação de co-autoria entre jornalista e editoria da revista.

o projeto discursivo é orientado para o interlocutor do gênero, o leitor da revista semanal de informação. O autor, tendo em vista seu projeto discursivo, tenta “projetar” no seu leitor a impressão de que, ao ler uma **entrevista pingue-pongue**, ele (o leitor) está “presenciando” uma conversa face a face entre jornalista e entrevistado, dessa forma, o autor do gênero busca fazer com que seu leitor se “sinta” como se estivesse frente a uma entrevista face a face (por exemplo, a televisiva). Esse efeito de sentido é produzido pela intercalação do gênero entrevista face a face no **gênero entrevista pingue-pongue**<sup>101</sup> através do efeito de autoria, pois o leitor tem a “impressão” de que a autoria da entrevista se dá em uma relação de co-autoria entre jornalista e entrevistado, quando, na verdade, a autoria do gênero ocorre em uma relação de co-autoria entre jornalista e editoria.

A partir da análise dos dados, podemos dizer que a posição de Vannuchi (2006) se confirma, pois, efetivamente, a finalidade discursiva do gênero é evidenciar o entrevistado e seu discurso. Na materialidade lingüística do enunciado, enquanto o nome do entrevistado e sua fotografia são elementos que se sobressaem, o nome do jornalista, por sua vez, aparece com menor destaque e, em alguns casos, nem mesmo é citado. Além disso, o espaço maior do enunciado é reservado à reenunciação do discurso do entrevistado.

Até aqui, buscamos apresentar o projeto discursivo do autor do gênero no sentido mais estrito do termo, mas devemos também pensar em um projeto discursivo “maior”, o da empresa jornalística. Assim, qual o objetivo da revista em publicar a **entrevista pingue-pongue**? Como dito na seção 4.1, em princípio, podemos dizer que a presença do gênero produz um “efeito” de pluralidade ideológica, pois, ao inserir, na edição da revista, a “voz” de alguém (no caso do entrevistado) que não integra a empresa jornalística, em outras palavras, que não compõe o quadro de colaboradores da empresa jornalística, é como se a revista estivesse “democratizando” os espaços de “fala”. Isso coaduna com a visão de Vannuchi

---

<sup>101</sup> A análise da intercalação de outros gêneros na **entrevistas pingue-pongues** será apresentada na seção 4.3.1.

(2006) quando diz que, na **entrevista pingue-pongue**, apresenta-se a opinião de uma pessoa; e não a opinião da revista, portanto, em última análise, a revista não pode ser considerada culpada por eventuais falhas que o entrevistado venha a cometer.

Entretanto, a nosso ver, trata-se tão somente de um “efeito” de pluralidade de “vozes”, pois novamente reafirmamos o que foi dito nas seções anteriores sobre o auditório social e sobre a autoria: na **entrevista pingue-pongue** já não é mais o entrevistado que “fala”, pois seu discurso citado é “enquadrado” e citado pelos autores do gênero, a saber, o jornalista e a editoria. Outra questão importante é que a entrevista face a face pode também ser reenunciada como discurso citado dentro de outro gênero, como, na reportagem, mas, quando é reenunciada como **entrevista pingue-pongue**, parece existir uma “crença” de que há mais veracidade, ou melhor, mais fidelidade com relação ao dizer do entrevistado. Ao reproduzir uma seqüência de perguntas e respostas, cria-se um “efeito” de sentido que remete à impressão de fidelidade à palavra do entrevistado, enquanto que no discurso citado inserido em outros gêneros poderia haver “desvios” em relação ao pronunciamento do entrevistado. Essa perspectiva se confirma na recomendação do manual de redação de **O Estado de São Paulo**, que diz que a entrevista no “estilo” pergunta e resposta (pingue-pongue) deve ser recomendada somente nos casos especiais “[...] em que seja útil conhecer a opinião do entrevistado [...]” (MARTINS FILHO, 1997, p. 108). Essa recomendação demonstra a “impressão” de que a **entrevista pingue-pongue** traz mais “fielmente” o discurso do entrevistado.

Contudo, essa visão precisa ser questionada, uma vez que a “voz” do entrevistado, no gênero **entrevista pingue-pongue**, não chega ao leitor “diretamente” como pretende dizer (ou fazer crer) a esfera do jornalismo, pois ela é reenunciada em outro enunciado, de outro gênero; dessa forma, a seqüência de perguntas e respostas publicada na **entrevista pingue-pongue** não corresponde à seqüência ocorrida na entrevista face a face. A escolha das



perguntas e das respostas que devem compor o enunciado constitui-se em uma evidência tácita da não consistência da idéia de que esse gênero possibilita “fidelidade” à fala do entrevistado, uma vez que a edição da **entrevista pingue-pongue** consiste em “costurar” um mosaico de falas do entrevistado, constituindo assim a composição temático-estilística da entrevista, o que nos remete novamente à questão da autoria do gênero e seu projeto discursivo. Nessa “costura”, os autores do gênero (jornalista e o editor) “enquadram” as perguntas e as respostas que desejam publicar, tendo em vista a finalidade discursiva de evidenciar o entrevistado e seu discurso, atribuindo, assim, o “tom” apreciativo e o acabamento estilístico-composicional ao gênero.

#### 4.2 O HORIZONTE VALORATIVO: OS ÍNDICES SOCIAIS DE VALOR

Na análise dos dados, observamos que o horizonte valorativo se sobressaiu aos demais horizontes (temporal, espacial e temático), logo, é a valoração axiológica que está “orquestrando” a **entrevista pingue-pongue**. O horizonte valorativo é também relevante nos demais gêneros, como, por exemplo, no artigo assinado, na carta do leitor, no editorial, etc., entretanto, no que tange à entrevista pingue-pongue, podemos dizer que é a valoração axiológica que a faz “movimentar” na edição. Ao envolver o tema do gênero (o entrevistado e seu discurso), o horizonte valorativo define: o espaço (seção) em que a entrevista deve estar “ancorada”; as perguntas e respostas que devem, de fato, ser publicadas; a extensão textual das entrevistas a serem publicadas, enfim, confere o “tom” apreciativo ao entrevistado e a seu discurso.

O horizonte valorativo/axiológico constitui-se de índices sociais de valor, que, segundo Bakhtin/Volochínov (2004), são elementos essenciais na constituição do signo ideológico; sem os índices valorativos o signo nada mais é que uma “alegoria”, “objeto de

estudo dos filólogos”, “signos ideológicos defuntos” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 46). Segundo os autores, só pode ser considerado signo aquilo que já adquiriu um valor social e isso ocorre da seguinte maneira: “A cada etapa do desenvolvimento da sociedade, encontram-se grupos de objetos particulares e limitados que se tornam objeto de atenção do corpo social e que, por causa disso, tomam um valor particular” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 44). Cada signo constituído possui um tema, que é a realidade que dá lugar à formação de um signo, e o tema, por sua vez, possui sempre um índice de valor social. Em todo signo ideológico confrontam-se índices de valor contraditórios, e é justamente esse entrecruzamento dos índices de valor que torna o signo vivo e móvel. Dessa maneira, os índices sociais de valor são responsáveis pela constituição do signo, fazendo com que ele se movimente; é o que propõe Faraco (2003) ao afirmar que os diferentes índices sociais de valor se encontram e se confrontam nos signos ideológicos, conferindo-lhes vida e movimento, caracterizando o universo da criação ideológica como uma realidade infinitamente móvel.

Com relação à análise dos índices sociais de valor presentes na **entrevista pingue-pongue**, podemos dizer que eles não se manifestam tão somente nos “assuntos” abordados. Nesse gênero, os índices valorativos expressam-se, ou melhor, materializam-se no “acabamento” estilístico-composicional, que pode ser apreendido nos seguintes elementos: o lugar de ancoragem na revista (seção de publicação); o papel social do entrevistado; a extensão textual do gênero e o conteúdo semântico-objetal das perguntas e das respostas.

Antes de procedermos à apresentação dos índices valorativos no gênero **entrevista pingue-pongue**, é necessário “visualizar” as manifestações do gênero nas edições pesquisadas, assim, na tabela a seguir, apresentamos a regularidade com que o gênero foi publicado nas revistas pesquisadas, o que também expressa a valoração que as referidas editorias concedem ao gênero pesquisado.

Revistas/edições	04/10/06	11/10/06	18/10/06	25/10/06 <sup>102</sup>	01/11/06	08/11/06	Total
<b>CartaCapital</b>	1	∅ <sup>103</sup>	∅	∅	2	1	4
<b>ISTOÉ</b>	5	2	4	2	2	9	24
<b>Veja</b>	4	4	6	3	4	3	24
<b>Total de incidências do gênero</b>							52

Tabela 6 - Incidência de publicação de entrevistas pingue-pongues nas revistas pesquisadas.

A partir da tabela 6, podemos dizer que a revista **CartaCapital** apresentou a menor incidência do gênero. Nas edições pesquisadas, a revista publicou somente 4 (quatro) **entrevistas pingue-pongue**, além disso, foi a única revista que teve edições sem nenhuma incidência do gênero; aliás, tal situação ocorre em 3 (três) edições das 6 (seis) edições pesquisadas, o que revela a pouca representatividade do gênero nessa revista. As revistas **ISTOÉ** e **Veja**, a seu turno, apresentaram o mesmo número de publicação do gênero no período pesquisado: 24 (vinte e quatro) **entrevistas pingue-pongues** cada uma delas.

Algumas particularidades foram observadas durante a análise das incidências das entrevistas, um delas diz respeito ao fato de a edição de 25/10/06 da revista **ISTOÉ** constituir-se em uma edição especial de aniversário de 30 anos da revista, sendo, por isso, quase toda dedicada a um resgate histórico dos momentos mais importantes desses 30 anos. Nessa edição de aniversário, somente as primeiras páginas dedicaram-se à atualidade, portanto, a **entrevista pingue-pongue** da seção de entrevista foi publicada normalmente; já as demais seções da revista sofreram alteração, uma vez que, no lugar delas, foram publicadas reportagens que se caracterizaram como uma “revisão” das publicações consideradas, pela editoria da revista, as mais importantes durante esses 30 anos de **ISTOÉ**. No espaço dedicado ao “resgate histórico”, em que são lembradas reportagens de cada ano, apresenta-se um fragmento de **entrevista pingue-pongue**, considerada a mais importante de cada ano, desde 1976 até

<sup>102</sup> A edição de 25/10/06 corresponde à de aniversário de 30 anos da revista. Nessa edição, a **ISTOÉ** reproduziu parcialmente várias entrevistas publicadas ao longo dos 30 anos de revista. Essas “reproduções” parciais das **entrevistas pingue-pongue** não foram incorporadas aos dados de pesquisa. Consideramos como dados de pesquisa somente a **entrevista pingue-pongue** publicada na seção de entrevista, que foi publicada normalmente.

<sup>103</sup> Indica que não houve nenhuma publicação do gênero nessa edição.

2006<sup>104</sup>. Aparecem, em seqüência temporal, entrevistados “famosos” que se mesclam a artistas, políticos e pensadores<sup>105</sup>, entretanto, a escolha da entrevista principal de cada ano deu-se em função do “olhar” contemporâneo, evidenciando, na maioria das vezes, os entrevistados que tiveram seus nomes inscritos na história, ou seja, que são facilmente reconhecidos pelos leitores na atualidade. Outra particularidade da revista **ISTOÉ**, e que já foi abordada anteriormente, é que na edição de 08/11/06 (após o segundo turno das eleições presidenciais), a revista apresenta 8 (oito) **entrevistas pingue-pongues**, dentre as quais 6 (seis) trazem como entrevistados os componentes do novo ministério do presidente reeleito, Luiz Inácio Lula da Silva.

Em síntese, as revistas **ISTOÉ** e **Veja** ao registrarem uma maior incidência de publicação do gênero, evidenciam uma valoração acentuada em relação à **entrevista pingue-pongue**, o que não ocorre no caso da revista **CartaCapital**.

#### 4.2.1.O lugar de ancoragem na revista

O primeiro elemento que, a nosso ver, expressa o índice social de valor é o lugar de ancoragem na revista, ou melhor, a seção da revista em que se encontra a **entrevista pingue-pongue**. Segundo Rodrigues (2001, p. 7), “[...] o trabalho de seleção e divisão do universo temático-discursivo na esfera da comunicação jornalística em cadernos, seções, rubricas, suplementos já é um ato temático, estilístico e composicional”, nesse sentido, a

---

<sup>104</sup> Embora essas entrevistas que compõem a “retrospectiva” histórica da revista não constituam dados desta pesquisa, consideramos relevante inserir essa informação, que evidencia a valoração que a **ISTOÉ** atribui a esse gênero.

<sup>105</sup> Os entrevistados escolhidos pela **ISTOÉ** para compor a edição de aniversário foram: Emerson Fittipaldi (1976), Fidel Castro (1977), Luiz Carlos Prestes (1978), Luiz Inácio da Silva (1979), Paulo Francis (1980), Murilo Macedo (1981), Gilberto Gil (1982), Janete Clair (1983), Federico Fellini (1984), João Cabral de Melo Neto (1985), Bruna Lombardi (1986), Gore Vidal (1987), Jô Soares (1988), Astor Piazzola (1989), Tom Jobim (1990), Norberto Bobbio (1991), Gina Lollobrigida (1992), Susan Sontag (1993), Caetano Veloso (1994), Tim Maia (1995), Murilo Mendes (1996), Oscar Niemeyer (1997), Giorgio Armani (1998), Shimon Peres (1999), Romário (2000), Mick Jagger (2001), Paulo Coelho (2002), Zilda Arns (2003), Dom Cláudio Hummes (2004), Ferreira Gullar (2005), Viviane Senna (2006).

divisão da revista em seções, e, sobretudo, a seção de entrevistas, como é o caso das revistas **ISTOÉ** e **Veja**, já se caracteriza como um trabalho de constituição do enunciado e de seu gênero (conteúdo temático, estilo e composição) “atravessado” pela valoração axiológica da esfera mediadora. Na revista, assim como no jornal impresso, há espaços privilegiados que proporcionam um destaque maior ao gênero, conferindo-lhe uma maior visibilidade.

Assim, ao discorrer sobre as seções em que se “aporta” o gênero pesquisado, é importante ressaltar que, a princípio, tínhamos por objetivo analisar somente as **entrevistas pingue-pongues** publicadas na seção destinada ao gênero, portanto, aquelas entrevistas que ocupam um espaço privilegiado dentro da edição da revista. Entretanto, após um maior contato com os dados, percebemos que é justamente o “movimento” da entrevista dentro da revista que se sobressai como uma das regularidades genéricas mais salientes desse gênero, evidenciando as escolhas axiológicas envolvidas no processo de funcionamento do nosso objeto de pesquisa. Dessa forma, ampliamos o projeto inicial e passamos à proposta de analisar todas as manifestações do gênero **entrevista pingue-pongue** ocorridas nas edições pesquisadas.

Com relação à seção em que se “aporta” o gênero pesquisado, ao lugar de ancoragem na revista, foi possível agrupar as entrevistas, conforme mencionado na seção 3.4.2, em: **1. entrevistas pingue-pongues nucleares**, publicadas nas páginas vermelhas e nas seções principais da revista **ISTOÉ**; nas páginas amarelas e seções principais da revista da **Veja** e em qualquer seção na **CartaCapital** e **2. entrevistas pingue-pongues satélites**<sup>106</sup>, que são publicadas em seções diversas como, por exemplo, nas seções destinadas a colunismo social (Holofote (**Veja**) e Gente (**Veja**)), nas seções dedicadas a discutir “acontecimentos” políticos da semana (Brasil Confidencial (**ISTOÉ**)) e nas seções que discutem comportamento,

---

<sup>106</sup> As **entrevistas pingue-pongues satélites** não são publicadas pela revista **CartaCapital**.

profissão, saúde, etc. (seção GUIA Veja (**Veja**)), onde a entrevista cumpre a tarefa de “completar” e/ou “reafirmar” outros enunciados, como reportagens.

O critério para esse agrupamento das entrevistas foi estabelecido a partir da percepção de que, nas variadas manifestações do gênero nas edições pesquisadas, algumas entrevistas se encontram em uma posição de “independência” em relação aos demais gêneros e ocupam, nesses casos, uma página ou até mesmo uma seção, o que nos levou a nomear esse conjunto de entrevistas como **entrevista nuclear**. Já em outros casos, o gênero se encontra em posição de “subordinação” a outros gêneros em uma mesma página da revista e, conseqüentemente, em uma mesma seção; a esse conjunto, atribuímos o nome de **entrevista satélite**.

As **entrevistas pingue-pongues nucleares** que constituem uma seção de entrevista situam-se nas revistas **ISTOÉ** (páginas vermelhas) e **Veja** (páginas amarelas). Na **ISTOÉ**, o gênero praticamente “abre” a revista, pois a edição inicia com gêneros da esfera da propaganda e, logo em seguida, vem a seção de entrevista (onde é inserida propaganda) e antecede os gêneros carta do leitor e editorial. Ou seja, a entrevista vem “antes” até mesmo do índice da revista. Essa descrição demonstra que a seção de entrevista se localiza na parte da revista em que se encontram os gêneros que expressam, de maneira mais “aberta”, opiniões. Sobre a seção de entrevista da revista **ISTOÉ**, Vannuchi afirma que a revista

**ISTOÉ** publica pelo menos uma entrevista em formato pingue-pongue a cada semana. **Editada em três páginas logo no início da revista**, ela é, a **mais interessante da edição** dando voz a personalidades e especialistas nos assuntos de maior repercussão na semana ou, de maneira mais abrangente, pedindo para que eles ofereçam sua contribuição acerca de um tema relevante à contemporaneidade, mesmo que pouco perecível. [...] tais entrevistas são editadas em páginas com bordas vermelhas, **recebendo entre nós o apelido de “páginas vermelhas”** (VANNUCHI, 2006, grifo nosso).

Além das páginas vermelhas, a revista **ISTOÉ** também publica entrevistas nucleares em suas seções principais; trata-se de entrevistas “exclusivas”, o que confere visibilidade ao gênero, como é o caso das entrevistas publicadas nas seções especiais “Eleições 2006” e “O novo governo”.

A revista **Veja**, por sua vez, também apresenta sua seção de entrevista no início de cada fascículo. Essa seção praticamente “abre” a edição a partir de um “bloco” contendo gêneros opinativos, obedecendo a seguinte seqüência: gêneros da esfera da propaganda; o índice; a carta ao leitor (editorial); a **entrevista pingue-pongue** (que também recebe a inserção de propaganda); o artigo assinado; uma seção de Millôr Fernandes, que alterna os gêneros charge e crônica, responsável por expressar “opiniões” e “reflexões” sobre questões da atualidade; e, por fim, o gênero carta do leitor. Assim, fecha-se um conjunto de gêneros opinativos, entretanto, não se trata de uma divisão rígida, uma vez que a revista **Veja** também publica gêneros opinativos em suas últimas páginas<sup>107</sup>. A seção de entrevista na revista **Veja** também recebe um nome especial, “páginas amarelas”, que é conhecido pelos leitores e que circula, de maneira bastante recorrente, na esfera jornalística<sup>108</sup>. Nessa seção, a **Veja** “traz” entrevistados que se constituem em especialistas de diversas áreas, que são convidados a figurar nesse espaço por serem considerados, pela editoria e pelo público, “portadores” de um “denso” conteúdo jornalístico, em outras palavras, têm algo interessante a dizer. Isso se confirma em virtude da densidade da entrevista, que ocupa em média 3 (três) páginas, o que é, segundo Vannuchi (2006), um espaço bastante privilegiado tratando-se de texto em revista, onde os espaços e textos estão cada vez mais sendo reduzidos.

O que podemos concluir a partir dessa análise é que o gênero **entrevista pingue-pongue** tem um espaço “especial”, ou seja, constitui uma seção “fixa” nas revistas **ISTOÉ** e

---

<sup>107</sup> Exemplos de gêneros opinativos nas últimas páginas da revista são: o gênero ensaio, publicado semanalmente por Pompeu de Toledo e a coluna de Diogo Mainardi, que publica o gênero artigo assinado.

<sup>108</sup> O termo “páginas amarelas” é amplamente utilizado pelos leitores e por profissionais da comunicação social; pode ser encontrado em *sites* de grupos que discutem a atuação do jornalismo, como, por exemplo, Observatório da imprensa, disponível em: [www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br).

**Veja**, havendo assim uma regularidade no tocante ao lugar ocupado pelo gênero na revista; mais que isso, a seção de entrevista das páginas vermelhas e amarelas já está incorporada à revista de forma sistematizada e institucionalizada e possui uma ampla visibilidade. Em ambas as revistas, o gênero inicia a edição, estando próximo dos gêneros editorial, carta do leitor e artigo assinado, o que significa dizer que se encontra no lugar da ancoragem ideológica da revista (do grupo jornalístico) onde se situam as seções de opinião<sup>109</sup>. A constituição dessa seção “fixa” de entrevistas, estabelecida pela editoria, já é um índice valorativo que confere à referida seção o *status* de “lugar das entrevistas especiais”. Diante disso, podemos afirmar que, nessa seção, o entrevistado (e seu discurso) recebem uma valoração positiva pela editoria e/ou pelo leitor.

Diferentemente das duas revistas anteriores, nas **entrevistas pingue-pongues nucleares**<sup>110</sup> publicadas na revista **CartaCapital**, o gênero não possui um lugar “fixo”, ou seja, não dispõe de uma seção semanal destinada a ele em determinada parte do fascículo; inclusive, em algumas edições pesquisadas, não constatamos nenhuma incidência de **entrevista pingue-pongue**. Diante disso, podemos dizer que, na revista **CartaCapital**, a publicação desse gênero não é uma “constante”; a cada edição, o leitor não sabe se irá encontrá-lo ou não. Esse dado evidencia uma maior flexibilidade da linha editorial com relação ao gênero e a **entrevista pingue-pongue** se mostra menos “formatada”, podendo aparecer em qualquer seção, sem que haja uma sistematização na publicação do gênero. Assim, na **CartaCapital**, o gênero se “movimenta”, uma vez que o encontramos publicado em variadas seções (Estilo, Especial, Nosso Mundo), sem que isso se caracterize como uma regra da editoria da revista.

Mas, apesar das entrevistas tradicionalmente publicadas nas seções “fixas” das revistas **ISTOÉ** e **Veja**, aquelas que o leitor já sabe que irá encontrar na revista semanal, e das

---

<sup>109</sup> De acordo com a análise de Rodrigues (2005) do gênero artigo assinado, do jornalismo diário (de jornal).

<sup>110</sup> Na seção 4.3.2, apresentaremos uma análise de uma **entrevista pingue-pongue nuclear**, que focaliza mais detidamente a articulação entre os elementos verbais e os iconográficos no gênero.



entrevistas “exclusivas” que recebem destaque em seções privilegiadas das mesmas revistas, também é possível encontrar, em uma mesma edição, outras manifestações do gênero, inseridas nas mais variadas seções das revistas (**ISTOÉ** e **Veja**): trata-se das **entrevistas pingue-pongues satélites**<sup>111</sup>. Observamos, entre outras, ocorrência de **entrevistas pingue-pongues satélites** publicadas em seções de colunismo social, como, por exemplo, Holofote (**Veja**), Gente (**Veja**); em seções de orientação para o leitor, como GUIA (**Veja**); e em seções que descrevem os “bastidores da política”, como Brasil Confidencial, da **ISTOÉ**. Essas manifestações do gênero evidenciam a valoração que as referidas editorias concedem ao entrevistado que aparece nessa modalidade de entrevista, uma vez que se trata de uma inserção do gênero em seções menos privilegiadas, nas quais as entrevistas se somam a outras “matérias”, dentro de uma única página, tendo, assim, menor visibilidade e, por vezes, menor credibilidade.

Porém, não estamos afirmando que todos os entrevistados que aparecem nas entrevistas nucleares são valorados positivamente e que todos os entrevistados das entrevistas satélites são valorados negativamente. O que ocorre é que o lugar de inserção da entrevista (em seção principal ou em lugar em que “disputa” espaço com outros gêneros) na revista já confere um “peso” menor às entrevistas satélites e um “peso” maior às nucleares. Entretanto, há situações em que os entrevistados de entrevistas nucleares também são alvo de crítica (velada) e ironia por parte da empresa jornalística (como é o caso das entrevistas com os candidatos à Presidência da República), da mesma forma que observamos entrevistas satélites cujo “tom” se mostra positivo, como aquelas realizadas com o professor e cientista Doyne Farmer (V14), com o publicitário Nizan Guanaes (V22) e com o psiquiatra José Ângelo Gaiarsa (I8).

---

<sup>111</sup> Na seção 4.4, apresentaremos a análise de uma **entrevista pingue-pongue satélite**.

#### 4.2.2 O papel social do entrevistado

Um outro elemento fundamental na constituição dos índices sociais de valor, e que está interligado ao lugar de ancoragem da **entrevista pingue-pongue** na revista, é o papel social do entrevistado. De acordo com Bakhtin/Volochínov (2004, p. 112), “A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor; variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos [...]”. O entrevistado, que na entrevista face a face é interlocutor, passa a ser, na **entrevista pingue-pongue**, o próprio objeto do discurso (Cf. seção 3.4). Em ambas as situações de interação discursiva, ele (o entrevistado) recebe valoração e julgamentos de valor e ao ser “escolhido” para fazer parte dessa interação discursiva (da entrevista face a face), ele passa a fazer parte, naquele momento, da esfera jornalística. Então, *a priori*, o entrevistado é um leitor a quem foi conferido o *status* de fazer parte da situação de interação social da entrevista face a face na posição de um dos co-autores do gênero; entretanto, apesar de estar participando da esfera jornalística, o entrevistado “fala” também a partir de seu “lugar social”; da esfera sócio-discursiva da qual ele se origina. Constatamos a inserção de entrevistados de diversas esferas: político-governamental, científico-acadêmica e artística.

Já na **entrevista pingue-pongue**, o entrevistado deixa de ser interlocutor do gênero, uma vez que, nessa situação de interação discursiva, a interação ocorre entre o autor da entrevista e o leitor. Embora não seja mais interlocutor e passe a constituir objeto do discurso do gênero, ainda assim, é atribuída ao entrevistado uma acentuada valoração, que pode ser positiva ou negativa, tendo em vista seu papel social, pois é justamente o entrevistado que se caracteriza como o “fio condutor” do gênero pesquisado. O entrevistado e seu discurso são avaliados, re-acentuados e contestados, pois “[...] todo discurso concreto

(enunciação) encontra aquele objeto para o qual está voltado sempre, por assim dizer, já descreditado, contestado, avaliado, [...] iluminado pelos discursos de outrem que falaram sobre ele” (BAKHTIN, 1988, p. 86).

Outro aspecto importante com relação à pessoa do entrevistado é a relação assimétrica que ocorre entre os participantes da interação, tanto na entrevista face a face, quanto na **entrevista pingue-pongue**. Na entrevista face a face, o entrevistado assume uma posição assimétrica em relação aos demais leitores, posição esta de “superioridade”, pois foi “selecionado” para participar dessa situação de interação discursiva; assim, constituir-se em um entrevistado significa tornar-se “público”. Além disso, também há uma relação assimétrica entre jornalista e entrevistado, tendo em vista que o papel social do entrevistado “determina” em grande parte o “tom” apreciativo das perguntas que são feitas a ele<sup>112</sup>. Também na **entrevista pingue-pongue**, os entrevistados são “colocados”, pela esfera jornalística, em posição assimétrica em relação uns aos outros, já que o perfil do entrevistado que “freqüenta” as entrevistas nucleares difere sensivelmente do perfil dos entrevistados das entrevistas satélites. Essa diferença valorativa pode ser apreendida no conjunto de índices sociais de valor como: o lugar de ancoragem na revista (Cf. seção 4.2.1), a extensão textual do gênero (Cf. seção 4.2.3), o conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas (Cf. seção 4.2.4).

Nesse sentido, a primeira questão a ser discutida é a valoração axiológica que orienta a escolha dos entrevistados para as entrevistas nucleares como também para as entrevistas satélites. Em outros termos, o que deve ser levado em conta na escolha do entrevistado? Primeiramente, perguntamos a um jornalista, sobre os critérios para a seleção dos entrevistados para a seção de entrevista (entrevista nuclear), que é a que recebe uma

---

<sup>112</sup> A relação assimétrica entre jornalista e entrevistado na entrevista face a face e na **entrevista pingue-pongue** será detalhada na análise do conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas (Cf. seção 4.2.4).

valoração positiva em relação à pessoa do entrevistado. Optamos por reproduzir na íntegra sua resposta para que possamos, a partir daí, tecer algumas considerações:

**Pesquisadora:** Quais são os critérios para seleção de entrevistados “das páginas vermelhas”? Qual o perfil dos entrevistados das “páginas vermelhas” da **ISTOÉ**?

**Jornalista Camilo Vannuchi:** As páginas vermelhas são dedicadas aos entrevistados que consigam conciliar duas coisas importantes: interesse público e conteúdo jornalístico. Trocando em miúdos, merece sair nas páginas vermelhas o entrevistado que, na visão dos jornalistas e editores, tiver coisa importante a dizer e, ao mesmo tempo, gerar interesse em um maior número de leitores. Isso acarreta uma série de sutilezas que devem ser levadas em conta. Uma pessoa que tenha enorme conhecimento sobre um assunto pouco interessante não estará nas páginas vermelhas. Também aquele que não tiver uma fala articulada terá seu caminho dificultado porque, por mais conhecimento que ele tenha, de nada adiantará se não conseguir transmiti-lo aos leitores. Também se buscam pessoas famosas – sejam elas celebridades da mídia ou profissionais de destaque em suas áreas – para que haja justamente maior interesse dos leitores. Como nem todo famoso tem algo de relevante a dizer e nem todo mundo que tem algo relevante a dizer desperta interesse nos leitores, a equipe da redação tem de estar o tempo todo avaliando todos os lados da moeda para definir sua pauta. O maior especialista em fontes alternativas de energia do Brasil pode ter mais conteúdo a compartilhar do que a *top model* mais famosa do mundo. Mas é provável que mais gente se interesse em ler qualquer coisa que sair da boca da modelo do que mergulhar em três páginas sobre as possibilidades do óleo de mamona e as dificuldades enfrentadas para viabilizar um projeto de captação de energia eólica no Nordeste brasileiro. Cabe à imprensa saber mesclar os dois perfis. Ou entender qual o espaço mais apropriado para cada um. O exercício é constante (VANNUCHI, 2006, grifo nosso).

Podemos dizer que, na perspectiva do jornalista, a escolha do entrevistado é um constante conflito para a editoria e para a equipe da redação da revista, pois a opção situa-se entre aquele que tem o que dizer (conteúdo jornalístico) e aquele cuja própria personalidade lhe confere o *status* de estar em uma entrevista principal (por gerar interesse público). Ao afirmar que “Cabe à imprensa saber mesclar os dois perfis. Ou entender qual o espaço mais apropriado para cada um [...]”, o jornalista dá a entender que há espaços diferenciados que devem ser “preenchidos” a partir de uma análise que, sem dúvida alguma, envolve julgamentos de valor a respeito do entrevistado e de seu papel social. A análise dos dados revelou que na contradição entre optar pelo entrevistado que oferece interesse público

(celebridades da mídia ou personalidades de destaque) e o que propicia conteúdo jornalístico (pessoas que tenham algo a dizer), na maioria das vezes, nas entrevistas nucleares, opta-se pelo entrevistado que tenha conteúdo jornalístico. Tendo em vista o fato de se tratar de uma entrevista mais densa (ocupando cerca de 3 páginas), ela precisa “render”<sup>113</sup>, ou melhor, ter consistência de conteúdo. Já com relação aos entrevistados cuja própria personalidade propicia o interesse público, observamos que a esses são “reservadas” as entrevistas “curtas”, ancoradas em “espaços” menos privilegiados; com menor destaque, caracterizando as entrevistas satélites.

A valoração axiológica com relação ao entrevistado pode ser melhor visualizada na contraposição entre o perfil do entrevistado da entrevista nuclear e o perfil do entrevistado da entrevista satélite, em que podemos verificar os julgamentos de valor que “regem” as opções realizadas pela editoria da revista. A contraposição dos papéis sociais dos entrevistados é apresentada na tabela 7.

Entrevistados das entrevistas pingue-pongue nucleares	Entrevistados das entrevistas pingue-pongue satélites
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cientista - esfera acadêmica e científica</li> <li>• Economista - esfera acadêmica e científica</li> <li>• Editora de revista - esfera jornalística</li> <li>• Escritor - esfera artística/intelectual</li> <li>• Filósofo - esfera intelectual e acadêmica</li> <li>• Político (presidente, ministros, candidatos à presidência, presidente de partidos políticos) - esfera política e governamental</li> <li>• Professor universitário e vencedor do prêmio Nobel da Paz - esfera acadêmica</li> <li>• Roteirista de cinema americano - esfera artística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artista da mídia televisiva - esfera do entretenimento</li> <li>• Autores de livros de <i>best-sellers</i> - “esfera de auto-ajuda”</li> <li>• Empresário - esfera da indústria e do comércio</li> <li>• Parente de pessoas “famosas” (políticos e artistas) - esfera familiar</li> <li>• Psicólogo - da esfera do trabalho</li> <li>• Político - esfera política</li> </ul>

Tabela 7 - Papel social dos entrevistados.

Podemos dizer que tanto a revista **ISTOÉ** quanto a revista **Veja** optam por publicar, nas **entrevistas** nucleares que possibilitam “aprofundamento de conteúdo

<sup>113</sup> Trata-se de um jargão jornalístico. Quando se diz que uma entrevista “rendeu” quer dizer que foi possível “capturar”, na interação face a face, informações que podem constituir um conteúdo jornalístico denso.

jornalístico”, pois, ao “trazer” cientistas, políticos eminentes, economistas, etc., as revistas optam por entrevistados que têm algo “substancial” a dizer. Uma particularidade percebida, mas que não constitui uma regra, é o procedimento da revista **Veja**, que ocupou todas as edições pesquisadas com entrevistados estrangeiros; já a revista **ISTOÉ**, por seu vez, publicou apenas 1 (uma) entrevista com um cientista norte-americano. Assim, observamos que os entrevistados das entrevistas nucleares são vistos pelo público como indivíduos que possuem um alto grau de formação acadêmica e cuja atuação profissional apresenta uma projeção social elevada; portanto, a fala desses entrevistados torna-se objeto de interesse e de credibilidade.

A revista **CartaCapital** foi a que mais concentrou a valoração axiológica no índice do papel social do entrevistado. Constatamos que a revista tenta “não valorar” o entrevistado do gênero, pois concede a todos os mesmos espaços (entrevistas que ocupam páginas duplas nas edições da revista), além disso todas têm aproximadamente a mesma extensão textual, todas são assinadas por seus autores, enfim, não percebemos, em um primeiro momento, **entrevistas pingue-pongues** valoradas diferentemente dentro de uma mesma edição. Assim, “parece” não haver valoração negativa em relação aos entrevistados, como ocorre nas demais revistas, contudo, a tentativa de não valorar pode ser entendida como um “efeito de sentido”, uma vez que a valoração sempre existe, mas a maneira de materializá-la é que se diferencia, tendo em vista que no gênero **entrevista pingue-pongue** em que o objeto do discurso é o entrevistado, esse objeto já se apresenta “valorado” por discursos alheios. Dessa forma, nas entrevistas da revista **CartaCapital**, a valoração se semiotiza no perfil dos entrevistados, que são “selecionados” criteriosamente: todos apresentam um elevado grau de formação acadêmica e científica<sup>114</sup>, constituem-se em formadores de opinião, enfim, são autores de livros, acadêmicos, cientistas, filósofos. Nesse sentido, os entrevistados

---

<sup>114</sup> Diríamos até que o grau de “erudição” dos entrevistados da **CartaCapital** excede o dos entrevistados das páginas vermelhas e das páginas amarelas, tendo em vista o aprofundamento jornalístico das entrevistas.

escolhidos corroboram o perfil da revista, já que é esta considerada, na esfera jornalística, uma revista crítica e politizada<sup>115</sup>.

Em se tratando da publicação das **entrevistas pingue-pongues satélites**, observamos que o perfil dos seus entrevistados distancia-se do perfil “intelectualizado” daqueles das **entrevistas pingue-pongues nucleares**. As entrevistas satélites são “reservadas” aos entrevistados que não têm um “denso conteúdo jornalístico”, em outras palavras, não têm muito a dizer. Nesses casos, busca-se, prioritariamente, evidenciar/explorar o entrevistado ou publicar denúncias de escândalos (moral, financeiro, político). Esses entrevistados são, geralmente, um artista famoso que está, naquele momento, tendo um destaque especial da mídia; alguma “celebridade instantânea”; um “parente” de alguém famoso; um profissional ou especialista cuja “fala” “completa” ou “reafirma” uma reportagem; um “anônimo” (empresário, motorista de um político famoso, ex-mulher de políticos ou artistas, etc.) que esteja fazendo a denúncia de um “escândalo”.

Para demonstrar essa valoração axiológica atribuída à entrevista A ou B, tendo em vista o papel social do entrevistado, podemos traçar um comparativo entre **entrevistas pingue-pongues** publicadas em uma mesma edição. Por exemplo, na edição n°. 1980 da revista **Veja**, são publicadas duas entrevistas: a) a entrevista satélite com a atriz da Rede Globo, Carol Castro (V18), que se encontra na seção Holofote, e que ocupa um dos menores espaços de uma entrevista, a saber, uma coluna pequena, menos da metade da página. Nessa entrevista, há pouco “conteúdo”, pois a proposta é evidenciar o entrevistado e não o que ele tem a dizer; b) nas páginas amarelas, ou seja, na seção de entrevista, encontra-se publicada uma entrevista nuclear de três páginas com o historiador americano e também conselheiro do presidente Bush, Eliot Cohen (V17), que discorre sobre a problemática envolvendo os EUA e o Oriente Médio. Ao compararmos os perfis de ambos os entrevistados, os espaços a eles

---

<sup>115</sup> A visão da revista crítica e politizada se dá em virtude da linha editorial da revista ser considerada, na esfera do trabalho do jornalismo, como uma revista que faz oposição política às demais revistas semanais de informação (**Época**, **ISTOÉ** e **Veja**).

destinados e os julgamentos de valor a eles atribuídos, através do conteúdo do enunciado<sup>116</sup>, fica evidente a diferença valorativa que se estabelece a partir da “imagem” pré-figurada do conteúdo jornalístico desenvolvido pelos entrevistados. Assim, atribui-se à entrevistada da entrevista satélite uma valoração negativa e ao entrevistado da entrevista nuclear uma valoração positiva.

Além de influenciar a escolha do espaço (seção) em que a entrevista será inserida, o papel social do entrevistado define também o jornalista que será responsável pela entrevista face a face. Segundo Vannuchi (2006), qualquer repórter<sup>117</sup> pode fazer uma entrevista, desde que se sinta confortável para isso, contudo, dependendo do assunto e da pessoa entrevistada, é comum repórteres iniciantes se sentirem intimidados. Da mesma forma, é pouco provável que a revista “escalasse” um estagiário para entrevistar o presidente da República (VANNUCHI, 2006). Essa posição do jornalista se confirma através das entrevistas nucleares com os candidatos à Presidência da República no segundo turno das eleições, Lula (I2) e Alckmin (I3). As duas entrevistas foram realizadas (e assinadas) por editores da revista **ISTOÉ**, Marco Damiani (editor executivo) e Rudolfo Lago (editor especial)<sup>118</sup>; já as entrevistas satélites realizadas com Adolfo Rodrigues (I7), Carol Castro (V18) e Helena Moraes (V10) são assinadas por repórteres; outras nem mesmo recebem a assinatura “tácita”<sup>119</sup> de um jornalista, como no caso das entrevistas satélites com Juliana Vendramini (V19), Harv Eker (V12) e Maria Alice Vergueiro (V2).

Além de todas as características apresentadas até esse momento, podemos dizer que a materialização da reverência ou irreverência à pessoa do entrevistado, tendo em vista seu papel social, e que marca a relação hierárquica entre jornalista e entrevistado, encontra-se

---

<sup>116</sup> O conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas será detalhado na seção 4.2.4.

<sup>117</sup> Nesta pesquisa, temos adotado o termo ‘jornalista’ para nos remeter o entrevistador, mas as revistas, por vezes, utilizam o termo ‘repórter’ para designar a pessoa responsável pela entrevista face a face.

<sup>118</sup> A informação de que ambos os profissionais são editores da revista **ISTOÉ** foi obtida através de consulta ao site da redação, disponível em: <http://www.terra.com.br/istoe/>, acesso em 20 maio 2007.

<sup>119</sup> Utilizamos o termo ‘tácita’ porque, às vezes, os nomes dos responsáveis aparecem, de forma genérica, para toda a seção em que está inserida a entrevista.



nas escolhas lexicais do autor da entrevista, portanto, no acabamento estilístico do enunciado. Esse “acabamento” estilístico, que confere apreciação valorativa à pessoa do entrevistado, materializa-se: a) na forma de tratamento, com a modalização do discurso através do uso dos pronomes de tratamento; b) na transposição da variante lingüística do entrevistado. Verificamos entrevistas demasiadamente “formais” no que diz respeito ao tratamento com o entrevistado e, em outros casos, entrevistas exageradamente informais. Um exemplo dessa questão pode ser observado através da comparação entre as entrevistas com o governador do estado de Minas Gerais, Aécio Neves (V6), e a entrevista com a ex-modelo Monique Evans (V8), ambas publicadas na edição de 10/10/06 da revista **Veja**:

(5)

**Perguntas feitas ao governador Aécio Neves**

O senhor foi reeleito com 77% dos votos em Minas Gerais, mas Geraldo Alckmin, seu candidato à presidência a república, teve só 40% dos votos dos mineiros. O senhor não conseguiu transferir votos?

[...]

O senhor é candidato à presidência da república em 2010?

[...]

O senhor sempre teve uma boa relação com o presidente Lula?

**(6) Perguntas feitas à ex-modelo Monique Evans**

Você tem medo de ficar para títia?

[...]

Você não recebe mais tantas cantadas?

[...]

O uso dos pronomes ‘senhor’ (exemplo 5) e ‘você’ (exemplo 6) revelam a atitude valorativa do jornalista frente ao entrevistado. Enquanto o entrevistado revestido pela “aura” de autoridade (governador) suscita no jornalista uma atitude cerimoniosa e respeitosa, a entrevistada, que figura como o “protótipo da ex-modelo cinquentona”, impulsiona o jornalista a estabelecer uma situação de intimidade, que se materializa pelo uso do pronome ‘você’ e também pelo “tom” das perguntas, as quais adentram questões referentes à vida pessoal da entrevistada. Essas escolhas lexicais além de produzirem um efeito de intimidade”, conferem um tom coloquial à entrevista que passa a se assemelhar a um simples “bate-papo”

entre amigos em um ambiente informal. Essa modalização confere à última entrevista um “tratamento” menos formalizado e mais corriqueiro. Tanto o uso do pronome ‘senhor’ quanto o de ‘você’ estão ligados ao papel social do entrevistado, que interfere diretamente nas perguntas feitas a ele, bem como na maneira de enunciá-las ou modalizá-las<sup>120</sup>, conferindo à entrevista um caráter mais formal ou informal em função do entrevistado e da “imagem” dele que se pretende projetar.

Ainda sobre a modalização do discurso citado da entrevista face a face na **entrevista pingue-pongue**, é também fundamental analisar a variação lingüística presente nas entrevistas. Bakhtin (1998, p.105) afirma que “[...] a estratificação da linguagem, em gêneros, profissões, [...], diferentes falas e línguas, ao entrar no romance ordena-se de uma maneira especial”, ou ainda, que ao trazê-las (as vozes outras e as variações lingüísticas) ao texto, o autor está colocando-as sob sua perspectiva (ângulo de valor)<sup>121</sup> para servir a esse propósito discursivo; trata-se de “[...] discursos já povoados pelas intenções sociais de outrem, obrigando-os a servir às suas novas intenções, a servir ao seu segundo senhor [o autor do enunciado, ou o propósito da revista]”. Nesse sentido, a variação lingüística “exposta” na entrevista caracteriza um caso de plurilingüismo, de discurso bivocal, pois a variação apresenta-se como índice de uma outra visão de mundo (outro horizonte apreciativo), diante da qual o jornalista se distancia.

Assim, quando o autor introduz a linguagem coloquial, trata-se de um índice valorativo que aparece de maneira mais saliente nas entrevistas que são valoradas negativamente; já nas entrevistas cujos índices de valor são positivos, o discurso do entrevistado é reenunciado observando a norma padrão escrita. Essa observação vai ao encontro dos resultados de pesquisa de Oliveira (2002) sobre a relação entre modalidade oral

---

<sup>120</sup> O ato de separar os índices que se referem ao papel social do entrevistado e os que se referem ao conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas se justifica em função das questões metodológicas de divisão do trabalho em seções.

<sup>121</sup> Esse é um exemplo de enquadramento do discurso alheio (Cf. discutido na seção 4.3.1), assim, “enquadrar” um discurso significa valorar.

e modalidade escrita nas entrevistas das revistas **Caros Amigos** e **Veja**. Segundo Oliveira (2002, p. 113), “As entrevistas das páginas amarelas da revista *Veja* aproximar-se-iam da escrita; embora permaneça o par pergunta/resposta, a edição é tal que se apagam todos os traços de oralidade e de contexto situacional”<sup>122</sup>.

No exemplo 6, o uso dos termos ‘titia’ e ‘cantada’ remetem ao coloquialismo lingüístico, mas, mais do que isso, trazem com eles acentos de valor depreciativos, pois, segundo o pensamento do Círculo de Bakhtin, as palavras aportam no nosso discurso “vindas” não do sistema da língua, mas de outros enunciados, onde elas têm acento de valor. Além disso, a entrevista se encerra com a seguinte pergunta ao leitor (não à entrevistada): “*Você acha que ela embagulhou?*”, ou seja, utiliza-se uma palavra extremamente coloquial (embagulhou), com um acento de valor depreciativo, “beirando à vulgaridade”, para fazer referência à entrevistada. Em síntese, o índice do papel social do entrevistado relaciona-se a seguinte afirmação de Bakhtin/Volochínov: “A situação e os participantes mais imediatos determinam a forma e o estilo ocasionais da enunciação” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2004, p. 114).

#### 4.2.3 A extensão textual do gênero

Dentre os elementos constitutivos do índice valorativo, podemos dizer que o elemento mais “visual”, e que muitas vezes não é percebido pelo leitor da revista como um aspecto que atribui julgamento de valor, é a extensão textual, ou, no jargão jornalístico, o ‘formato’ da materialidade textual. Assim como o lugar de ancoragem na revista, a extensão textual também está ligada à noção de espaço, porém, enquanto o primeiro se refere ao lugar

---

<sup>122</sup> Neste trabalho, a autora se refere à **entrevista pingue-pongue** como “O gênero entrevista na imprensa escrita” e concebe esse gênero como *continuum* entre as modalidades oral e escrita da língua.

“ocupado” pelo gênero dentro da edição da revista (mais geral), o segundo, relaciona-se ao espaço (extensão) que a entrevista ocupa dentro da página da revista.

De acordo com Vannuchi (2006), nenhuma entrevista [face a face] feita tem sua publicação garantida, o que equivale a dizer que se ela não alcançar o resultado esperado (no jargão jornalístico, “se ela não render”) será “engavetada”, descartada ou transformada em uma “matéria” interna<sup>123</sup> e não em **entrevista pingue-pongue**. Ainda segundo Vannuchi (2006), para que o jornalista obtenha uma boa entrevista de três páginas, são necessárias qualidades profissionais específicas, como a capacidade de conduzir uma conversa sobre qualquer assunto, de demonstrar de maneira não verbal quando o entrevistado está agradando e quando não está (de modo a instigá-lo na direção certa) e de conquistar a confiança do interlocutor em poucos minutos para que ele se sinta seguro para falar “de maneira franca, sincera e sem medo” (VANNUCHI, 2006, s/p).

Então, em parte, a extensão textual da **entrevista pingue-pongue** depende do “êxito” da entrevista face a face; entretanto, limitar-nos-emos às considerações possíveis a partir dos dados, sem adentrarmos o processo de produção do gênero.

A extensão textual permite-nos analisar elementos importantes que contribuem para a construção valorativa no gênero, como, por exemplo, a disposição/localização do gênero na página em que foi publicado; o número de perguntas e o respectivo espaço de resposta concedido aos entrevistados. Tais elementos, inseridos na extensão textual da **entrevista pingue-pongue** e que materializam a valoração axiológica nessa situação de interação discursiva, estão intrinsecamente ligados ao papel social do entrevistado (Cf. discutido na seção 4.2.2).

As possibilidades de extensão textual encontradas foram: extensão textual  $\frac{1}{3}$ ; extensão textual rodapé; extensão textual ilha; extensão textual  $\frac{1}{2}$  página; extensão textual

---

<sup>123</sup> Nesse caso, o jornalista se refere ao discurso citado do entrevistado, que é inserido em outro gênero (reportagem, notícia, etc.).

página simples e extensão textual página dupla, que se relacionam às duas modalidades de entrevistas pontuadas a partir do lugar de ancoragem na revista (entrevistas nucleares e entrevistas satélites). Essa relação pode ser constatada na tabela a seguir:

<b>Modalidade de entrevista</b>	<b>Extensão utilizada</b>
Entrevista pingue-pongue satélite	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensão textual 1/3</li> <li>• Extensão textual rodapé</li> <li>• Extensão textual ilha</li> <li>• Extensão textual 1/2 página</li> </ul>
Entrevista pingue-pongue nuclear	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensão textual página simples</li> <li>• Extensão textual página dupla</li> </ul>

Tabela 8 - Relação entre modalidades de entrevista e extensão textual.

A tabela 8 mostra que as **entrevistas pingue-pongues satélites** (as que estão subordinadas a outros gêneros) são publicadas nas menores extensões 1/3, rodapé; ilha e 1/2 página. Tal constatação mostra-se coerente, tendo em vista que essas entrevistas não contemplam 1 (uma) página inteira da revista, além disso, essa modalidade de entrevista, de certa forma, “disputa” espaço com outros gêneros dentro de uma mesma página e seção, o que justifica as extensões reduzidas. Já as **entrevistas pingue-pongues nucleares** (as que são “independentes” de outros gêneros) são publicadas nas maiores extensões página simples e página dupla; o que também se mostra coerente, tendo em vista que estamos nos referindo às entrevistas que ocupam todo o espaço de 1 (uma) página de revista (ou mais).

Na seqüência, apresentaremos as especificidades de cada extensão textual, a partir de uma adaptação dos “espaços publicitários” da revista **CartaCapital**<sup>124</sup>. A apresentação seguirá uma ordem crescente, o que significa dizer que iniciaremos a análise com as extensões que destinam ao gênero um espaço mais reduzido (extensão textual 1/3) até chegarmos à extensão textual que concede o maior espaço ao gênero (extensão textual página dupla).

<sup>124</sup> As figuras que representam as extensões textuais constituem “modelos” para anúncios publicitários, que foram adaptados para a presente análise. Esses “modelos” recebem, nas redações das revistas, a nomeação de ‘formato’.

a) Extensão textual  $\frac{1}{3}$ :



Figura 5 - Extensão textual  $\frac{1}{3}$ . Adaptado de **CartaCapital** (2006).

As entrevistas publicadas na extensão  $\frac{1}{3}$  recebem um espaço mínimo, sendo compostas por um número máximo de 6 (seis) perguntas e com um espaço restrito para as respostas do entrevistado. Elas geralmente estão localizadas à margem direita da revista (pela ótica do leitor) e são inseridas em seções que apresentam outros gêneros como, por exemplo, Holofote ou Gente (**Veja**). Essas entrevistas nem sempre são assinadas pelo jornalista e também não têm o início das perguntas e respostas marcadas com o nome da revista e do entrevistado, como acontece nas entrevistas nucleares. Nessa extensão são publicadas as entrevistas satélites (Cf. tabela 8), como é caso das entrevistas com as atrizes: Maria Alice Vergueiro (V2), Carol Castro (V18) e Luciana Vendramini (V19), e com a ex-modelo Monique Evans (V8), ou ainda com entrevistados de outras esferas, como as entrevistas com a antropóloga, Mirian Goldenberg (V4); com a psicóloga, Susan Linn (V7); com a mãe da senadora Heloisa Helena, Helena Moraes (V10); com o autor de *best-seller*, Harv Eker (V12); com a executiva e autora de livro *best-seller*, Mireille Guiliano (V16); com o senador Mário Couto (V23); e com o empresário Adolfo Rodrigues (I17)<sup>125</sup>.

---

<sup>125</sup> Observamos que das 11 (onze) incidências de utilização da extensão textual  $\frac{1}{3}$ , 10 (dez) foram publicadas na revista **Veja** e somente 1 (uma) na revista **ISTOÉ**.

Em tais casos, não há muito “conteúdo jornalístico”, pois o que se pretende é produzir uma espécie de colunismo social e de “fofocas” diversas. Essa extensão é utilizada também para publicações das entrevistas cujos entrevistados são foco de notícia em um determinado momento, em virtude de algum “escândalo” político/financeiro, ou seja, em situações em que o entrevistado assume o papel de “denunciador” (caso das entrevistas testemunhais); mas, nesse caso, também há uma conotação de “fofoca”. Exemplo disso é a entrevista com o empresário, Adolfo Rodrigues (I7), que faz uma denúncia de corrupção no Senado, e, além disso, declara estar sofrendo ameaças.

A extensão textual  $\frac{1}{3}$  também é a utilizada pelas entrevistas satélites (Cf. tabela 8) que estabelecem diálogo com outros gêneros ou com outras seções da revista (dialogicidade interna na revista, Cf. discutido na seção 4.1.1). Como já dito, os enunciados desses gêneros e/ou seções estão ligados através de um mesmo horizonte temático para “reafirmar” um discurso, produzindo uma espécie de “bloco” temático: apresentam-se vários gêneros tendo como foco o mesmo assunto. Dessa maneira, na maioria das vezes, depois de uma seqüência de reportagens sobre determinado assunto, fecha-se o “bloco” temático com uma “pequena entrevista” com um especialista, que é uma pessoa autorizada a falar sobre o tema. O mais comum foi a identificação de entrevistas que “completavam” uma reportagem ou uma resenha de livro. Dessa forma, a configuração  $\frac{1}{3}$ , por ser a de menor extensão, semiotiza a “função” da **entrevista pingue-pongue** em “completar” ou “reafirmar” o discurso do gênero ou da seção situada próxima da entrevista, contribuindo decisivamente para conceder à **entrevista pingue-pongue** (e, conseqüentemente, ao entrevistado) uma conotação “acessória” para os outros gêneros e para a seção onde se encontra inserida.

b) Extensão textual rodapé:

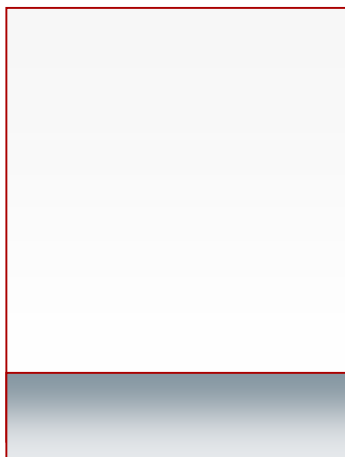


Figura 6 - Extensão textual rodapé. Adaptado de **CartaCapital** (2006).

A extensão textual rodapé também destina um espaço restrito ao entrevistado; o próprio termo ‘rodapé’ já expressa a idéia de algo que não é essencial, e por isso, pode ser colocado em “lugar” menos visível. Essa situação confere às entrevistas com essa extensão um menor destaque nas edições da revista. Nas 8 (oito) ocorrências dessa extensão, da mesma forma que com a extensão  $\frac{1}{3}$ , a entrevista também fazia parte de um “bloco temático”, ou seja, estava ligada a outro gêneros. Trata-se das entrevistas com: José Ângelo Gaiarsa (I8), psiquiatra; Nicholas Negroponete (V13), cientista (americano) da área de computação; Roberto Jefferson (I19), presidente do Partido Trabalhista Brasileiro (PDT); Paulo Maluf, deputado federal (I20); Paulo Vilarinho (I21), diretor do departamento de controle do espaço aéreo brasileiro; Ernesto Heinzelmann (I22), presidente do conselho empresarial Brasil-China; Tarso Flecha de Lima (I23), consultor internacional; e Agenor Álvares (I24), ministro da saúde.

Na entrevista com o psiquiatra José Ângelo Gaiarsa, o entrevistado, ocupando o “papal” de especialista, discute o assunto “relações matrimoniais alternativas”, que já se caracterizava como o tema da reportagem na qual a entrevista está “ancorada”. Ela conta com



apenas três perguntas e com pequeno espaço destinado à resposta, o que revela um espaço reduzido destinado ao gênero e ao entrevistado, caracterizando sua “função acessória”. De maneira semelhante, a entrevista com o cientista Nicholas Negroponte também está “completando” uma reportagem inserida na seção GUIA Veja, cujo tema é “Tecnologia aplicada a produtos educacionais”.

Já as entrevistas com Roberto Jefferson, Paulo Maluf, Paulo Vilarinho, Ernesto Heinzemann, Tarso Flecha de Lima e Agenor Álvares situam-se na seção Brasil Confidencial, da revista **ISTOÉ**, cujo conteúdo temático é constituído por assuntos sobre a política nacional. Essa seção é publicada em páginas duplas e apresenta os gêneros, frase<sup>126</sup>, nota, charge, dentre outros, que, por sua vez, cumprem a “tarefa” de falar sobre os “bastidores” da política nacional, enfim discorrer sobre os acontecimentos políticos da semana. Na parte inferior da primeira página da seção (pela ótica do leitor), na extensão ilha, situa-se o gênero entrevista, que é nomeado como Toma-lá-dá-cá; nesses casos, o gênero assume a função de compor, juntamente com os demais gêneros, o “todo” temático da seção, que é apresentar curiosidades e/ou escândalos relacionados à esfera político-governamental. Essas incidências são compostas por um número reduzido de perguntas (cerca de três) e um espaço restrito para as respostas.

---

<sup>126</sup> Em Pedrosa (2002), encontramos uma caracterização do gênero “frase”, que circula no jornalismo de revista.

c) Extensão textual ilha:

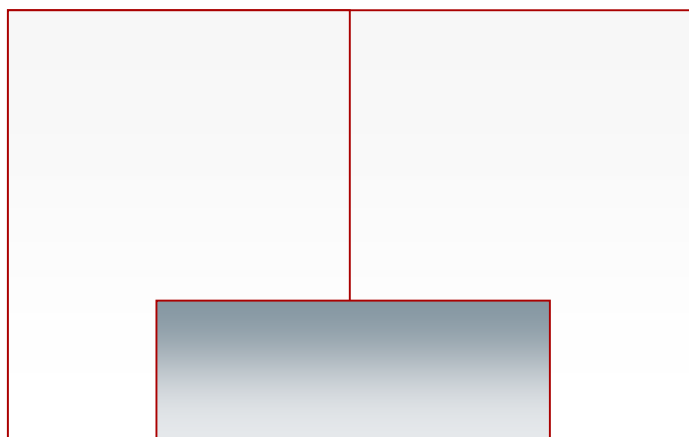


Figura 7 - Extensão textual ilha. Adaptado de **CartaCapital** (2006).

A partir da extensão textual ilha, já podemos perceber que o espaço textual destinado ao gênero aumenta. Apesar de localizar-se na parte inferior da revista, como a extensão rodapé, a extensão ilha ocupa duas páginas abertas, o que possibilita um espaço maior para perguntas e respostas. Essa configuração também apresentou poucas incidências: foram somente 2 (duas), a saber, a entrevista com Guido Mantega (I12), ministro da fazenda, e a entrevista com Orhum Pamuk (V20), autor de livro e vencedor do prêmio Nobel de Literatura.

A entrevista com Guido Mantega (I12) também está “completando” uma reportagem, inserindo-se no bloco temático “O novo governo”, que discute as possíveis mudanças no novo ministério, após reeleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Mas, diferentemente das entrevistas que estão interligadas a outros gêneros através do horizonte temático, a entrevista com o ministro estabelece diálogo com uma reportagem que tem como foco o próprio entrevistado, o que caracteriza uma valorização positiva em relação a esse entrevistado, tendo em vista que, além de entrevista “ampliada”, ainda foi publicada uma reportagem cujo foco é o entrevistado. Dessa forma, trata-se de páginas duplas dedicadas a

esse entrevistado, onde se insere a entrevista composta de 11 (onze) perguntas com um amplo espaço para as respostas.

Já a entrevista com o escritor Orhum Pamuk (V20) também tem a finalidade de “completar” ou reafirmar o horizonte temático, no caso, a resenha do livro de autoria do entrevistado, pois a entrevista encontra-se no rodapé da seção intitulada Livros. Dessa maneira, semelhantemente ao exemplo da entrevista com o ministro Mantega, toda a seção destina-se a falar do livro de autoria do entrevistado, ou seja, focaliza o escritor e seu “dizer”. A extensão textual ilha possibilita que o número de perguntas seja bem maior do que nas extensões citadas anteriormente (cerca de 12 perguntas), o que equivale dizer que ela concede um espaço maior para o entrevistado. Assim, a empresa jornalística dá a entender que o entrevistado, cuja entrevista se apresenta nessa extensão, tem mais a dizer do que o entrevistado da configuração  $\frac{1}{3}$ , por exemplo.

d) Extensão textual  $\frac{1}{2}$  página:

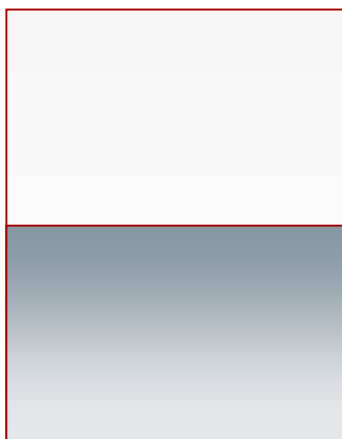


Figura 8 - Extensão textual  $\frac{1}{2}$  página. Adaptado de **CartaCapital** (2006).

A extensão textual  $\frac{1}{2}$  página visivelmente representa a ampliação do espaço da entrevista que passa a ocupar a metade de uma página. Nesses casos, a revista oportuniza um espaço maior ao gênero se o compararmos às extensões anteriores, possibilitando a apresentação de um maior “conteúdo jornalístico” por parte de especialistas das mais diversas

áreas. Foram encontradas 2 (duas) incidências dessa extensão: a entrevista com Edward M. Hallowell (V3), psicólogo especialista em hiperatividade e a entrevista com Doyne Farmer (V14), professor/pesquisador da área de tecnologia. A entrevista com Edward M. Hallowell (V3) está “validando” uma reportagem na área de saúde, abordando o tema hiperatividade; enquanto a entrevista com Doyne Farmer (V14) “completa” uma reportagem sobre tecnologia, que se encontra na seção GUIA Veja, trazendo a “voz” do especialista sobre o assunto.

Embora em ambos os casos as entrevistas também assumam uma conotação de “complemento” a determinado conteúdo temático, conforme nos casos citados nas extensões anteriores, na extensão ½ página o espaço concedido é ampliado, o que atribui a “fala” dos entrevistados uma “aura” de autoridade sobre o tema tratado.

e) Extensão textual página simples:



Figura 9 - Extensão textual página simples. Adaptado de **CartaCapital** (2006).

Já a extensão página simples ocupa 1 (uma) página inteira, o que possibilita, em média, a apresentação de 10 (dez) perguntas e de um amplo espaço para a resposta do entrevistado. Essa extensão é utilizada na publicação das entrevistas nucleares (Cf. tabela 8) e concede ao gênero uma ampliação do espaço, o que confere uma maior visibilidade ao

entrevistado, caracterizando, muitas vezes, uma valoração positiva, pois essa entrevista tem um maior destaque dentro da edição da revista, tendo em vista que não se “aporta” tematicamente em outras reportagens ou seções. Isso significa dizer que a entrevista já não cumpre a tarefa de “completar” um bloco temático, logo, não “disputa” o espaço com outros gêneros, e que, nessa extensão, a **entrevista pingue-pongue** constitui-se em gênero principal na página, conferindo a ele uma valoração positiva intensificada, uma vez que o destaque ao gênero (e ao entrevistado) aumenta significativamente.

As incidências de entrevistas nessa extensão foram: a entrevista com Patrícia Carta (C1), editora da revista Vogue no Brasil; Dilma Rousseff (I13), ministra da Casa Civil; Luiz Dulci (I14), ministro-chefe da Secretaria Geral da Presidência; Marcio Thomaz Bastos (I15), ministro da pasta da Justiça; Tarso Genro (I16), articulador político do governo e Hélio Costa (I17), ministro das Comunicações; Jimmy Carter (V24), ex-presidente americano; Nizan Guanaes (V22), publicitário; Aécio Neves (V6), governador de Minas Gerais e Fabio Giambigi (V11), economista.

A entrevista com Patrícia Carta (C1) insere-se na seção Estilo e tem como título “Mundo da moda”; já as entrevistas com o grupo de “prováveis” ministros do segundo mandato do presidente reeleito Luiz Inácio Lula da Silva foram publicadas em uma seção especial da revista **ISTOÉ** intitulada pela editoria como “O novo governo”. Nesse bloco de entrevistas foram publicados 5 (cinco) enunciados do gênero, na extensão textual página simples, tendo como “fio condutor” a temática político-governamental. Apesar dessa “ligação” temática, trata-se de entrevistas “independentes”, ou melhor, que não mantêm dependência em relação a outros gêneros e ocupam a totalidade da página.

f) Extensão textual página dupla:

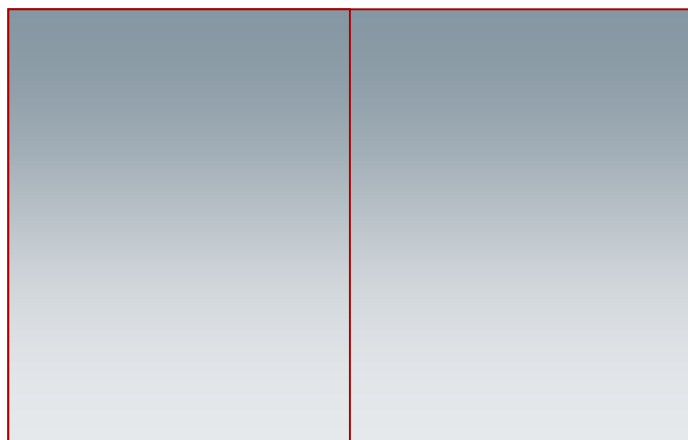


Figura 10 - Extensão textual página dupla. Adaptado de **CartaCapital** (2006).

A extensão página dupla é, sem dúvida alguma, a que oferece maior destaque ao gênero **entrevista pingue-pongue** (e ao entrevistado); nesses casos, são destinadas ao gênero e ao entrevistado duas páginas inteiras, ampliando o número de perguntas e respectivos espaços para as respostas. São entrevistas amplas, com foto(s) que conferem destaque ao entrevistado<sup>127</sup>. As incidências dessa extensão foram as entrevistas com: Muhammad Yunus (C2), vencedor do prêmio Nobel da Paz em 2006; Gwyn Prins (C3), professor de história em Londres e analista da economia e política norte-americana; Domenico Losurdo (C4), filósofo italiano; Hugo Chavez (I4), presidente da Venezuela e David Crosby (I18), músico americano, estas duas últimas são entrevistas inseridas na seção Das páginas da TIME<sup>128</sup>.

Além das extensões textuais apresentadas até esse momento, há ainda as incidências das entrevistas que se compõem, em média, de 3 (três) páginas, o que equivale à soma de 1 (uma) página simples e 1 (uma) página dupla. Essa extensão revela o espaço mais privilegiado conferido ao gênero na revista e, conseqüentemente, ao entrevistado. Trata-se das entrevistas que constituem uma seção (caso das seções “páginas vermelhas” e “páginas

<sup>127</sup> Será apresentada na seção 4.3.2 uma análise da fotografia no gênero **entrevista pingue-pongue**.

<sup>128</sup> Optamos por utilizar, na referência a essa seção (Das páginas da TIME), a grafia que consta na revista **ISTOÉ**.

amarelas”, respectivamente nas revistas **ISTOÉ** e **Veja**) e das entrevistas com os candidatos à Presidência da República. Em tais ocorrências, as entrevistas são densas, apresentando em média 15 (quinze) perguntas e o maior espaço para a resposta do entrevistado; a introdução, em que se apresenta o entrevistado e o “teor” da entrevista, é expandida; as fotografias, a seu turno, são amplas, sendo possível inclusive encontrar a inserção de mais de 1 (uma) foto ampliada do entrevistado ou de outras pessoas abordadas na entrevista. Além disso, observamos que as entrevistas das páginas vermelhas e das páginas amarelas são as únicas em que ocorre a inserção de gêneros da esfera da propaganda<sup>129</sup>.

As incidências dessas entrevistas foram: a) Páginas amarelas: Greg Behrendt (V1), roteirista de cinema; Al Gore (V5), ex-vice-presidente dos EUA; David Livingstone Smith (V9), filósofo; James Lovelock (V15), cientista; Eliot Cohen (V17), historiador e professor da Universidade Johns Hopkins (EUA) e consultor do Pentágono; b) Páginas vermelhas: José Luiz Penna (I2), político e presidente do Partido Verde (PV); Ray Kurzweil (I5), cientista americano; João Ubaldo Ribeiro (I6), escritor; Jaques Wagner (I9), político e atual governador da Bahia; Jeferson Peres (I10), político e atualmente senador da república; Delfim Netto (I10), político, ex-ministro e conselheiro do presidente Lula; c) Entrevistas com os candidatos à Presidência da República: Luiz Inácio Lula da Silva (I2) e Geraldo Alckmin (I3).

Na seqüência, apresentaremos uma tabela que mostra um comparativo entre as revistas pesquisadas no que tange às incidências das extensões textuais apresentadas até aqui. Dessa maneira, poderemos evidenciar a valoração das editoriais em relação ao gênero pesquisado.

---

<sup>129</sup> A questão da inserção dos gêneros da esfera da propaganda na **entrevista pingue-pongue** será apresentada na seção 4.3.1.

Revistas	Extensões textuais
<b>Revista CartaCapital</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Página simples - 1 entrevista</li> <li>• Página dupla - 3 entrevistas</li> </ul>
<b>Revista ISTOÉ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensão textual <math>\frac{1}{3}</math> - 1 entrevista</li> <li>• Rodapé - 7 entrevista</li> <li>• Ilha - 1 entrevista</li> <li>• Página simples - 5 entrevistas</li> <li>• Página dupla - 2 entrevistas</li> <li>• Páginas vermelhas e entrevistas (que ocupam, no mínimo, 3 páginas) - 8 entrevistas<sup>130</sup></li> </ul>
<b>Revista Veja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extensão textual <math>\frac{1}{3}</math> - 10 entrevistas</li> <li>• Rodapé - 1 entrevista</li> <li>• Ilha - 1 entrevista</li> <li>• <math>\frac{1}{2}</math> página - 2 entrevistas</li> <li>• Página simples - 4 entrevistas</li> <li>• Páginas amarelas (que ocupam, no mínimo, 3 páginas) - 6 entrevistas</li> </ul>

Tabela 9 - Comparativo de incidências das extensões textuais nas revistas pesquisadas.

O que esse comparativo revela é que a revista **CartaCapital** publica poucas **entrevistas pingue-pongues**, mas, quando o faz, confere destaque tanto ao gênero, quanto ao entrevistado, já que utiliza somente as extensões textuais páginas duplas e páginas simples (entretanto, percebemos também que não há entrevistas de 3 (três) páginas, como nas demais revistas).

A revista **ISTOÉ**, por sua vez, concede destaque ao gênero, haja vista a frequência com que é publicado nas edições e o fato de a revista manter uma seção especial para a ancoragem do gênero. Nessa revista, houve incidências da maioria das extensões de entrevista, com exceção da  $\frac{1}{2}$  página. Isso mostra que a **ISTOÉ**, além de conceder ao gênero uma valoração acentuada, também valora, de forma mais explícita, os entrevistados, concedendo a alguns entrevistados espaços mais privilegiados e a outros, espaços mais restritos.

<sup>130</sup> Além das 6 (seis) entrevistas que constituem uma seção da revista (páginas vermelhas), incluem-se, nesse número, as entrevistas com os candidatos à presidência da república Luiz Inácio Lula da Silva (I2) e Geraldo Alckmin (I3), por extrapolarem a extensão página dupla.



Já no caso da revista **Veja**, verificamos que além da seção de entrevista destinada ao gênero (páginas amarelas), a revista também publica a **entrevista pingue-pongue** em variadas seções e nas mais diversas extensões textuais. Na **Veja**, observamos um número expressivo de entrevistas publicadas na extensão textual  $\frac{1}{3}$  (foram 10 incidências em 8 edições da revista), além de incidências das extensões  $\frac{1}{2}$  página e rodapé, que possibilitam pouca visibilidade ao gênero.

O que podemos dizer sobre a valoração axiológica envolvida na escolha da extensão textual é que as entrevistas que são publicadas nas menores extensões textuais (extensão  $\frac{1}{3}$ , extensão rodapé, extensão ilha, extensão  $\frac{1}{2}$  página) apresentam um peso “menor”; caracterizam, na maioria das vezes, um índice valorativo negativo em relação ao entrevistado e a seu discurso. Já as entrevistas publicadas nas maiores extensões (extensão página simples, extensão página dupla e aquela que excede a página dupla) proporcionam uma maior visibilidade ao gênero, o que acarreta, normalmente, um índice valorativo positivo em relação ao entrevistado e seu discurso. Contudo, temos de considerar que a valoração (positiva ou negativa) não se materializa somente através de um único índice, mas sim no conjunto de vários índices. Assim sendo, após a análise das extensões textuais, poderemos visualizar melhor o valor que as revistas (e também o leitor) atribuem ao entrevistado A ou B a partir do conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas.

#### 4.2.4 O conteúdo semântico-objetual das perguntas e das respostas

Para que a posição do falante possa se semiotizar, Bakhtin (2003d) aponta para a existência de um conteúdo semântico-objetual na formulação dos enunciados, determinado pelas idéias que movem o sujeito do discurso, aquelas centradas no objeto e no sentido. Nessa perspectiva, “Todo enunciado é um elo na cadeia da comunicação discursiva. É a posição

ativa do falante nesse ou naquele campo de objeto e do sentido”. Para o autor, “[...] cada enunciado se caracteriza, antes de tudo, por um determinado conteúdo semântico-objetal” (BAKHTIN, 2003d, p.289).

Diante disso, podemos observar, no gênero pesquisado, uma relação intrínseca entre conteúdo semântico-objetal das perguntas e das respostas e o papel social do entrevistado (elemento constitutivo da “imagem” que o jornalista e também o leitor têm do entrevistado). Esse conteúdo, que compõe a totalidade do enunciado, também semiotiza os índices sociais de valor no gênero **entrevista pingue-pongue**. Isso se observa nas situações em que as perguntas que são feitas ao entrevistado apresentam-se “umedecidas” de críticas veladas e “atravessadas” por um tom de ironia do jornalista; outras vezes, apresentam-se “emolduradas” por um tom cerimonioso à figura do entrevistado. Essa “coloração valorativa” nas perguntas evidencia, por parte do jornalista, movimentos de crítica ou de adesão à pessoa do entrevistado e a seu discurso. Já as respostas do entrevistado revelam movimentos de defesa, através das contrapalavras, que, algumas vezes, mostram-se “encharcadas” de impaciência. Todos esses movimentos dialógicos se concretizam através do conteúdo semântico-objetal, evidenciando que o gênero **entrevista pingue-pongue** é uma interação discursiva repleta de já-ditos e de contrapalavras.

Como citado anteriormente, na entrevista com a atriz Luciana Vendramini (V19), além das perguntas que apresentam um movimento de “querer saber” não a respeito da entrevistada, mas do cantor “famoso” (Roberto Carlos) com quem supostamente a atriz teria um relacionamento amoroso, há, no conteúdo semântico das perguntas e nas contrapalavras da entrevistada, um tom de hostilidade. Essa relação dialógica de hostilidade evidencia-se, em primeiro lugar, pela insistência do jornalista em “arrancar” da entrevistada alguma informação que polemizasse a relação íntima entre a atriz e o referido cantor e, em segundo lugar, pelas

contrapalavras impacientes da entrevistada, conforme podemos observar na seqüência a seguir, especialmente, nas partes sublinhadas.

(7)

E não existe um interesse nem seu nem dele de levar isso adiante?<sup>131</sup>

Isso você pergunte a ele. Do meu lado é apenas respeito, admiração e uma afinidade. Acho que, por eu ter me separado recentemente, as pessoas confundem.

Você acha impossível você e o Roberto Carlos virem a namorar algum dia?

Vamos falar assim: nós nunca tivemos nada, nunca namoramos e não estamos namorando. O futuro a Deus pertence.

Outro exemplo de entrevista cujo conteúdo das perguntas demonstra o movimento de crítica ao entrevistado é a entrevista com a atriz da rede Globo, Carol Castro (V18), cuja temática aborda a crença da entrevistada em paranormalidade, que foi tema da novela na qual ela atuava por ocasião da entrevista. A entrevista apresenta o seguinte título: “*Não sou nenhuma profetisa, tá?*”, e o conteúdo das perguntas se mostra “umedecido” de ironia, o que revela uma posição de crítica por parte do jornalista. Apresentaremos a seqüência de perguntas e respostas da referida entrevista.

(8)

**Veja:** Você já fez contato com espíritos ou com seres de outros mundos?

**Carol:** Quando era criança, via luzes e espíritos. Esse tipo de coisa que toda criança vê. Cheguei a contar à minha mãe toda a minha vida passada. Sabe que eu morei num castelo, era casada e tinha uma mãe que fumava? O nome dela era Marcela.

**Veja:** Você perdeu esses contatos?

**Carol:** Não. Ainda tenho intuições. Mas não sou nenhuma profetisa, tá? Só temos o canal mais aberto para esse tipo de comunicação quando somos crianças.

Além das perguntas irônicas como “*Veja: Você perdeu esses contatos?*”, para finalizar a entrevista, encontra-se no rodapé, em letras pequenas, porém legíveis, a seguinte frase: “*Carol: só falta acreditar que Lula não sabia*”. Essa frase de “fechamento” da

---

<sup>131</sup> Essa entrevista não tem a abertura das perguntas e das respostas introduzidas pelo nome da revista e do entrevistado, por isso sua apresentação diferenciada das anteriores.

entrevista constitui uma atitude valorativa negativa à “fala” da entrevistada, tentando implicitamente alimentar/reafirmar o discurso vigente de que as personalidades famosas do universo midiático caracterizam-se por “futilidade e pouco conteúdo”. Muito mais que a reafirmação de um discurso, trata-se de um discurso bivocalizado, ou seja, da incorporação de outras vozes na voz do jornalista.

Para analisar esse discurso bivocal, é necessário levar em conta o conjunto de índices valorativos que conduzem a uma valoração negativa da entrevistada (ancoragem da entrevista em uma dada seção da revista, extensão textual, papel social da entrevistada, etc.) e que se materializam nessa entrevista. A entrevista está “ancorada” na seção Holofote que, *a priori*, destina-se às “focofocas sociais”; portanto, o leitor já sabe que não encontrará muito “conteúdo jornalístico” e que simplesmente irá “verificar” as personalidades que estão em evidência na mídia em determinado momento; a extensão textual é de 1/3, o que significa dizer que se trata de um espaço reduzido para perguntas e respostas e de menor visibilidade; e, por fim, o papel social da entrevistada - atriz da mídia televisiva (esfera do entretenimento), que já é valorado socialmente.

Mas não é somente a classe artística que tem sua “fala” contraposta pelo jornalista. Na entrevista com Harv Eker (V12), milionário e autor de *best-sellers*, o jornalista também apresenta um movimento de crítica ao entrevistado através do conteúdo semântico-objetual das perguntas. Apresentaremos na sequência as perguntas e respostas referentes a essa entrevista<sup>132</sup>.

(9)

**1. O senhor é rico?**

Até os 30 anos eu era um tremendo fracasso, abria um negócio atrás do outro e todos iam à falência. Um dia, resolvi abrir uma loja de equipamentos de ginástica e, em dois anos, já tinha dez filiais. Vendi metade das ações da firma por 1,6 milhões de dólares e passei a prestar consultoria de negócios. Hoje sou rico. Tudo mudou depois que um amigo de meus pais, muito rico, me ensinou como pensam os milionários.

---

<sup>132</sup> Essa entrevista não tem a abertura das perguntas e das respostas introduzidas pelo nome da revista e do entrevistado, por isso sua apresentação diferenciada das anteriores.

**2. Como pensam os milionários?**

Os pobres pensam: “eu nunca conseguirei ficar rico”. As pessoas de classe média dizem: “Quem me dera um dia ficar rico”. Já os futuros milionários afirmam, com toda a segurança: “Eu vou ficar rico”.

**3. Por que a maioria das pessoas nunca consegue ficar rica?**

Porque essas pessoas geralmente têm conceitos negativos sobre os milionários. Coisas do tipo “todo rico é corrupto” ou “Para enriquecer, é preciso passar por cima dos outros”. Ao associarem coisas ruins ao dinheiro, elas inconscientemente se afastam dele.

**4. O Senhor diz em seu livro que está errado pensar em ganhar mais para trocar de carro ou comprar uma casa maior. Por quê?**

Não há nada de errado em querer adquirir coisas novas e melhores. O problema é que, ao colocar esse objetivo em primeiro lugar, passa-se a trabalhar exclusivamente para conseguir comprar o que se deseja. Os milionários fazem o oposto. Primeiro, eles se empenham em acumular dinheiro e só depois pensam em adquirir um novo carro ou uma nova casa.

Nessa entrevista, evidencia-se uma característica bastante singular do nosso objeto de estudo, que é a questão de a **entrevista pingue-pongue** representar de maneira mais contundente as contra-respostas dos interlocutores da entrevista face a face, ou seja, é como se o leitor da entrevista estivesse presenciando a seqüência de perguntas e respostas que ocorreu na entrevista face a face entre jornalista e entrevistado. Assim, a pergunta 2. “*Como pensam os milionários?*” é motivada imediatamente pela resposta do entrevistado à pergunta 1. “(...) *Tudo mudou depois que um amigo de meus pais, muito rico, me ensinou como pensam os milionários*”. Já essa resposta, um tanto simplista do entrevistado sobre os requisitos para se ficar rico, motivou a pergunta 3, “carregada” de ironia e descrédito por parte do jornalista: “*Por que a maioria das pessoas nunca consegue ficar rica?*”. Através dessa pergunta, o jornalista faz um movimento de oposição à palavra do entrevistado, “insinuando” a inconsistência da resposta, pois, se para ficar milionário basta tão somente pensar como um deles, então por que a maioria das pessoas não é rica?

E as respostas suscitam novas perguntas, repletas de ironia, pois quando o jornalista pergunta ao entrevistado se ele é rico (pergunta 1), há um acento irônico nessa pergunta do jornalista, e que não pertence somente a ele, mas a todos os “outros” que desconsideram o discurso simplista de manuais (*best-sellers*) que “fornecem dicas de como

ser um milionário”. Dessa forma, em uma pergunta acentuada ironicamente tem-se uma pergunta feita por um sujeito, mas que não é uma pergunta individual, mas social. Têm-se, nos termos bakhtinianos, “[...] *o discurso de outrem na linguagem de outrem*” (BAKHTIN, 1998, p. 127, grifo do autor). Segundo Bakhtin (1998), a ironia é uma espécie de bivocalidade, conforme verificamos na afirmação do autor:

O discurso bivocal sempre é internamente dialogizado. Assim é o discurso humorístico, irônico, paródico, assim é o discurso refratante do narrador. [...] Neles se encontra um diálogo potencial, não desenvolvido, um diálogo concentrado de duas vozes, duas visões de mundo, duas linguagens (BAKHTIN, 1998, p. 127).

Nessa seqüência de perguntas e respostas, está a característica essencial da entrevista face a face, e que é “encenada” na **entrevista pingue-pongue**: as perguntas suscitam respostas, que, por sua vez, provocam novas perguntas, revelando-se a dinâmica relação dialógica entre os participantes da interação, intrínseca ao gênero entrevista face a face.

Ainda sobre o conteúdo semântico-objetal das perguntas e das respostas observamos outro exemplo interessante na entrevista com o senador Mário Couto<sup>133</sup> (V23), que apresenta “vestígios” da entrevista face a face materializados na **entrevista pingue-pongue**, uma vez que verificamos que o jornalista assume, através do conteúdo semântico-objetal da perguntas, uma posição de “interrogador”, o que leva o entrevistado a um movimento de defesa. A entrevista face a face, ao ser reenunciada, “impregnou” com um “tom” de interrogatório a **entrevista pingue-pongue**.

(10)

**Veja** – O senhor é banqueiro do bicho?

**Couto** – Caboclo, eu nem sei como se joga. Não conheço sequer os números dos bichos.

**Veja** – E de onde surgiu essa história?

---

<sup>133</sup> Esta entrevista foi inserida, na íntegra, no anexo 12 desta dissertação.

**Couto** – Há 25 anos, ajudei uma escola de samba. Daí passaram a dizer que eu era bicheiro. Só por causa da minha ligação com o Carnaval.

**Veja** – Pode explicar melhor essa ligação?

**Couto** – Eu presidi a Arco-Íris, que chegou a ser do tamanho da Beija-Flor. Fomos campeões cinco vezes. Contratei o Joãozinho Trinta. Foi a época de ouro do samba paraense.

**Veja** – O que aconteceu com o Arco-Íris?

**Couto** – Quando entrei na política, tive de sair de lá e a escola parou.

**Veja** – E de onde vinha o dinheiro da escola?

**Couto** – Os amigos ajudavam.

**Veja** – Dizem que o dinheiro era do bicho...

**Couto** – Isso só aparece na eleição. O povo sabe que é mentira. Sou deputado estadual há 16 anos. Se eu fosse bicheiro, já teriam me flagrado na banca de apostas.

O exemplo 10 demonstra uma atitude inquiridora do jornalista, fazendo do espaço dialógico da entrevista face a face um verdadeiro interrogatório, como se pode perceber na seqüência de perguntas “*O senhor é banqueiro do bicho?*”, “*E de onde surgiu essa história?*” que “quebra” a expectativa do leitor, pois, normalmente, as perguntas iniciais de uma entrevista apresentam uma seqüência mais “amena”, ou melhor, mais amigável. No exemplo apresentado, pelo contrário, as perguntas são diretas e acusatórias, apresentando um “tom” de interrogatório, o que leva o entrevistado a um movimento de defesa, através de respostas evasivas e que não respondem às acusações feitas, como, em: “*Os amigos ajudavam*”. Podemos verificar que a resposta à segunda pergunta (“*Veja - E de onde surgiu essa história?*” - “*Couto - (...) Só por causa da minha ligação com o Carnaval*”) não é suficiente para responder ao que se perguntou, ou melhor, deixa uma lacuna discursiva que leva o jornalista-inquiridor a questionar mais uma vez: “*Pode explicar melhor essa ligação?*”. Dessa maneira, a entrevista face a face tornou-se mais um interrogatório, uma espécie de “CPI”, que propriamente uma interlocução em que se procura conhecer mais o entrevistado e seu dizer.

Outro exemplo de movimentos de adesão ou de crítica ao entrevistado, “repletos” de bivocalidade, são as entrevistas, já mencionadas, com os candidatos à Presidência da República: Luiz Inácio Lula da Silva (I2) e Geraldo Alckmin (I3). As entrevistas foram

publicadas em uma seção especial intitulada “Eleições 2006”, publicada pela revista **ISTOÉ**. Em ordem de publicação na revista, aparece, primeiramente, a entrevista com o candidato Lula (I2) e, na seqüência, separada somente por uma página que veicula uma propaganda publicitária, aparece a entrevista com o candidato Alckmin (I3). Nas entrevistas, alteram-se os jornalistas, mas observamos que, em função dos entrevistados, a editoria buscou “uniformizar” as entrevistas, concedendo a ambos espaços amplos para respostas (cada entrevista tem cerca de 5 páginas) que inclui fotos ampliadas dos entrevistados; além disso, são feitas aos candidatos à Presidência da República exatamente as mesmas perguntas.

Essa abordagem da redação transmite ao leitor uma “impressão” de que a revista está concedendo o mesmo tratamento aos candidatos, portanto, produz um efeito de sentido de “neutralidade” da empresa jornalística com relação ao apoio político, que poderia se estabelecer através da entrevista. Contudo, apesar dessa aparente “uniformidade”, podemos encontrar, no conteúdo semântico-objetual das perguntas, “indícios” de que a oposição ao entrevistado se faz de maneira muito sutil, “cobertos” por uma aura de cerimônia e respeito ao entrevistado, conforme a seqüência de perguntas e respostas na entrevista com o presidente Lula (I2):

(11)

**ISTOÉ** – A partir do programa assistencialista do Bolsa Família, qual o passo seguinte que se faz necessário para a efetiva inclusão social?

**Lula** – Digo sempre que o Bolsa Família só é assistencialista para quem vive de barriga cheia e tem preconceito contra o povo. Para mais de 11 milhões de famílias que passavam fome e viviam há décadas abandonadas pelo Estado, o Bolsa Família é uma salvação, é o primeiro passo para poder erguer a cabeça, garantir os filhos na escola, atendimento médico é ter condições para procurar meios próprios de garantir a sobrevivência. [...].

Nessa **entrevista pingue-pongue**, o jornalista evidencia sua valoração negativa em relação ao programa social do governo chamado “Bolsa Família”, a qual se materializa na palavra ‘assistencialismo’, que, sem dúvida alguma, remete a um acento pejorativo, uma vez



que dá a atender que ações assistencialistas não promovem o indivíduo em sua totalidade, pois oferecem apenas medidas paliativas para um problema maior. O entrevistado, por sua vez, ao ser “tocado” pelo tom da pergunta, responde ativamente, não à pergunta em si, mas ao julgamento de valor inserido na pergunta enunciada a respeito do programa, assim, a contrapalavra do entrevistado não responde à questão “[...] *qual o passo seguinte para a inclusão social?*”, mas ao tom da pergunta, como se pode perceber em: “*Digo sempre que o Bolsa Família só é assistencialista para quem vive de barriga cheia e tem preconceito contra o povo [...] o Bolsa Família é uma salvação.*”

Já no caso da entrevista com o candidato Alckmin (I3), encontramos um movimento de crítica ao entrevistado constituído de maneira bastante sutil, pois se trata do “olho”<sup>134</sup>, ou seja, do “recorte” que se faz da “fala” do entrevistado, ou de uma parte de um artigo ou reportagem, para ser evidenciado no início ou entre as colunas do texto. Esse movimento discursivo caracteriza-se por ser um enquadramento do discurso alheio, caracterizando um acabamento estilístico-composicional de responsabilidade do autor do gênero, uma vez que, no momento da edição, seleciona-se uma parte considerada importante do conteúdo semântico-objetual da entrevista, inserindo-a em lugar de destaque na entrevista. Apresentaremos a seguir exemplos que evidenciam as seqüências de perguntas e respostas e as respectivas “frases” selecionadas, para composição do “olho”. No que diz respeito à entrevista com o candidato Alckmin temos:

(12)

**Seqüência de pergunta e resposta de onde foi retirado o olho**

**ISTOÉ** – A partir do programa assistencialista do Bolsa Família, qual o passo seguinte que se faz necessário para a efetiva inclusão social?

**ALCKMIN** – O Bolsa Família é necessário, será mantido e aperfeiçoado. A efetiva inclusão social virá com o crescimento do País, com investimentos em infra-estrutura. [...].

---

<sup>134</sup> Em algumas situações, o “olho” é inserido no início da entrevista substituindo o título, como, por exemplo, nas entrevistas satélites com Carol Castro (V18), Helena Moraes (V10), Monique Evans (V8) e com Mirian Goldenberg (V4).

(13)

**Olho**

“O Bolsa Família é um programa necessário. Será mantido e aperfeiçoado.”

(14)

**Seqüência de pergunta e resposta**

**ISTOÉ** – O que deu certo e o que deu errado no governo que termina ao final deste ano?

**ALCKMIN** – Nada deu certo. Tudo deu errado. Hoje, sob o ponto de vista ético, o governo é um descalabro, sob o ponto de vista de gestão, um desastre. [...].

O exemplo 12 refere-se à seqüência de pergunta e resposta de onde foi retirada a frase para compor o “olho”, que consta no exemplo 13, “*O Bolsa Família é um programa necessário. Será mantido e aperfeiçoado*”. Já o exemplo 14, “**ISTOÉ** - *O que deu certo e o que deu errado no governo que termina ao final deste ano?* **ALCKMIN** - *Nada deu certo. Tudo deu errado.* Hoje, sob o ponto de vista ético, o governo é um descalabro, sob o ponto de vista de gestão, um desastre. [...]”, refere-se a uma seqüência de pergunta e resposta que se encontra no “corpo” da entrevista. Ao selecionar o “olho” (“*O Bolsa Família é um programa necessário. Será mantido e aperfeiçoado*”), o autor da entrevista evidencia o fato de que o próprio entrevistado está se contradizendo, pois é como se o autor perguntasse ao entrevistado: “*Se tudo deu errado, por que manter o Bolsa Família, que é uma iniciativa do atual governo?*”. Dessa forma, o movimento de crítica se faz de maneira sutil, utilizando para isso a palavra do próprio entrevistado, através da composição estilística e composicional.

Tal situação evidencia um discurso bivocal, que, segundo Rodrigues (2005, p. 177), “[...] é aquele que do ponto de vista gramatical (sintático) pertence a um único falante, mas onde há a fusão de dois enunciados (potenciais), duas perspectivas axiológicas (assimiláveis ou não)”. Assim, ao destacar no “olho” uma fala do entrevistado Alckmin, temos, gramaticalmente, uma enunciação pertencente ao referido entrevistado, mas nessa

composição estilística, encontramos também a intenção refratada do autor de ressaltar a contradição do entrevistado e, portanto, aferir uma crítica velada a ele.

Dessa maneira, não há uma palavra de crítica “explícita” do autor da entrevista direcionada à pessoa do entrevistado, tendo em vista o prestígio social deste, mas, na maneira como o autor organiza o enunciado, exaltando no “olho” uma contradição do entrevistado; revela-se, implicitamente, um movimento de oposição. Essa constatação se dicotomiza sensivelmente das entrevistas cujo conteúdo das perguntas e das respostas se mostra “claramente” como uma crítica ao entrevistado, como nos casos das entrevistas já apresentadas com: Harv Eker (V12), Carol Castro (V18), Luciana Vendramini (V19), entre outras.

Assim, observamos que, não raras vezes, a escolha entre materializar o movimento de crítica de forma velada ou de maneira mais explícita ocorre em virtude do índice de valor do papel social do entrevistado (e da posição ideológica da revista), em outras palavras, a maneira como se expressa a oposição ou a ironia ao entrevistado está intimamente relacionada à posição social ocupada por ele na hierarquia social, observando a posição assimétrica que o entrevistado ocupa em relação ao jornalista no momento da entrevista face a face, como também em relação ao autor na **entrevista pingue-pongue**, a qual equivale à posição assimétrica em relação à editoria da empresa jornalística<sup>135</sup>.

Em síntese, quanto mais alto estiver o entrevistado na hierarquia social que separa jornalista e entrevistado, mais “velada” será a crítica, mais “polido” se mostrará o jornalista (e a esfera jornalística como um todo); por outro lado, quanto mais desprestigiado socialmente for o entrevistado (uma vez que ele se constitui em um objeto do discurso já valorado por discursos outros) mais “escancaradas” serão as críticas e mais irônicas serão as posições do

---

<sup>135</sup> No caso das entrevistas com os candidatos à Presidência da República, os jornalistas são também autores, uma vez que, como dito anteriormente, ambas as entrevistas foram realizadas por editores da revista.

jornalista frente a ele. Diante disso, em alguns casos, conceder uma entrevista constitui uma “desmoralização” do entrevistado, quando deveria ser uma “deferência”.

Na seqüência, apresentaremos outro caso de “olho” bivocalizado, observado na entrevista com o candidato Lula (I2). Nessa situação, o jornalista utiliza-se do enquadramento do discurso do entrevistado para semiotizar um movimento de crítica. Isso pode ser verificado nos exemplos a seguir.

(15)

**Seqüência de pergunta e resposta de onde foi retirado o olho**

**ISTOÉ** – Qual a sua opinião sobre o voto distrital, sobre o fim do mecanismo de reeleição e sobre o modelo de bipolaridade partidária, ou seja, de dois partidos, nos moldes do sistema americano?

**Lula** – Acredito que devemos debater a questão do voto distrital no âmbito das discussões sobre a reforma política. Quanto à reeleição, sou contra, como sempre fui, e espero que possamos voltar ao mandato de cinco anos, sem direito à reeleição. Aliás, o presidente Fernando Henrique Cardoso vai carregar pelo resto da vida o gesto irresponsável de ter aprovado a reeleição em benefício próprio. [...].

(16)

**Olho**

“Sempre fui contra a reeleição”

O exemplo 15 refere-se à seqüência de pergunta e resposta de onde foi retirada a frase para compor o “olho”, que consta no exemplo 16. Ao retirar do “corpo” do enunciado (Cf. exemplo 15) o fragmento em que o candidato se pronuncia de forma contrária à reeleição (Cf. exemplo 16), o jornalista está ironicamente “dizendo” ao entrevistado: “*Como o senhor é contra a reeleição e novamente se candidata à presidência?*”.

Além da ironia que se revela no conteúdo semântico-objetual das perguntas e respostas e em relação aos “olhos” inseridos nos enunciados, observamos uma intensa relação dialógica entre os enunciados (olho) da entrevista com o presidente Lula e os enunciados (olho) da entrevista com o candidato Alckmin. Tendo em vista que a **entrevista pingue-pongue** é uma reenunciação da entrevista face a face, em que o discurso do entrevistado é

“enquadrado”, percebemos que, no momento final da edição da **entrevista pingue-pongue**, há ainda o enquadramento dela própria. Uma vez que já foi feita a primeira edição da entrevista, escolhe-se “parte” do enunciado para compor o “olho”, enquadrando-se o discurso do outro que se quer ressaltar, portanto, o “olho” é um enunciado dentro de outro enunciado. Nele, é a voz do autor da **entrevista pingue-pongue** que é ressaltada, pois quando alguma coisa que é dita em determinado contexto do enunciado é retirada, enquadrada e destacada em outro espaço, o autor produz novos “efeitos” de sentidos, diferentes dos pretendidos pelo entrevistado no momento da entrevista face a face.

Na seqüência, apresentaremos as relações dialógicas entre os “olhos” das duas entrevistas com os candidatos à Presidência da República; entretanto, esse “diálogo” entre os “olhos” é um trabalho estilístico-composicional pertencente à “função” de autor, pois, apesar de o ataque ao “adversário” ser inerente ao discurso político, os entrevistados não dimensionavam durante a entrevista face a face essa dialogização entre os “olhos” das entrevistas.

Nos exemplos, colocamos em seqüência um enunciado (olho) da entrevista com o presidente Lula e outro enunciado (olho) da entrevista com o candidato Alckmin, evidenciando assim a dialogicidade entre esses enunciados.

(17)

**Olho inserido na entrevista de Lula (I2)**

“Em qualquer área nosso governo, em quatro anos, fez mais que o anterior em oito anos”.

**Olho inserido na entrevista de Alckmin (I3)**

“Infelizmente, o governo atual nos condenou a quatro anos de paralisia”.

(18)

**Olho inserido na entrevista de Lula (I2)**

“Há setores da elite que resistem às mudanças, apelando para mentiras e calúnias”.

### **Olho inserido na entrevista de Alckmin (I3)**

“Vou trabalhar para acabar com a corrupção que invadiu as entranhas do governo federal”.

No exemplo 17, “*Em qualquer área nosso governo, em quatro anos, fez mais que o anterior em oito anos*”, a dialogicidade gira em torno de um assunto típico em época de eleições: a discussão sobre o crescimento econômico do país. Os candidatos acusam-se mutuamente em relação ao não crescimento do país. O exemplo 18, “*Há setores da elite que resistem às mudanças, apelando para mentiras e calúnias*”; “*Vou trabalhar para acabar com a corrupção que invadiu as entranhas do governo federal*”, também focaliza um assunto bastante recorrente em período eleitoral: as acusações de corrupção no governo atual; assim, o governo se defende das acusações e a oposição assume o papel de acusadora (oposição).

Em síntese, o conteúdo semântico-objetual das perguntas e respostas manifesta/materializa a acentuação valorativa dos participantes da entrevista face a face (no caso jornalista e entrevistado), que é reenunciada na **entrevista pingue-pongue**. Esse acento de valor evidencia movimentos de adesão ou de contraposição (crítica velada) do jornalista para com o entrevistado (na entrevista face a face). Posteriormente, na reenunciação da entrevista face a face, ou seja, na **entrevista pingue-pongue**, há novamente uma reacentuação de valor por parte do autor do enunciado (jornalista e editoria) para com o objeto do discurso (entrevistado e seu discurso). Isso se comprova através dos efeitos de sentido produzidos pelo “olho”, que é um acabamento estilístico e composicional da função de “autor”. E, dependendo do papel social do entrevistado, essa reacentuação valorativa pode ser mais explícita ou implícita.

### 4.3 A COMPOSIÇÃO LINGÜÍSTICO-TEXTUAL

A composição lingüístico-textual diz respeito a elementos textuais que compõem o gênero **entrevista pingue-pongue**, como, título, subtítulo, introdução, seqüência de perguntas e de respostas, “olho”, etc.; nesta seção, abordaremos esse conjunto de elementos, bem como a sua seqüência de apresentação na dimensão textual.

Após analisar os elementos constitutivos do gênero e sua organização na materialidade do enunciado, agrupamos as entrevistas em duas tabelas, de acordo com suas similaridades: a tabela 9 apresenta a composição lingüístico-textual da entrevista nuclear nas diferentes revistas e a tabela 10 apresenta a composição lingüístico-textual da entrevista satélite (**ISTOÉ** e **Veja**).

<b>CartaCapital</b>	<b>ISTOÉ</b>	<b>Veja</b>
Nome da seção (variável)	Nome da seção (no caso: <b>entrevista</b> ) e nome do entrevistado (na mesma linha)	Nome da seção (no caso: <b>entrevista</b> ) e nome do entrevistado (na mesma linha)
Título	Título	Título
Subtítulo e foto do entrevistado	Subtítulo e foto do entrevistado	Subtítulo e foto do entrevistado
Nome do jornalista	Nome do jornalista	Nome do jornalista
Introdução	Introdução	Introdução
Seqüência de perguntas e respostas: as perguntas, primeiramente, introduzidas com o nome da revista e, depois, somente pelas iniciais da revista; e respostas (introduzidas com o nome do entrevistado). Há intercalação de “olho” e fotografias. A entrevista é apresentada em colunas. Não há inserção de gêneros da esfera da propaganda.	Seqüência de perguntas e respostas: perguntas (introduzidas com o nome da revista) e respostas (introduzidas com o nome do entrevistado). Há intercalação de “olho” e fotografias. A entrevista se apresenta em colunas. As bordas das páginas são impressas na cor vermelha em um fundo branco. Há inserção de gêneros da esfera da propaganda, que ocupam um espaço de destaque dentro da entrevista.	Seqüência de perguntas e respostas: perguntas (introduzidas com o nome da revista) e respostas (introduzidas através do nome do entrevistado). Há intercalação de “olho” e fotografias. A entrevista apresenta-se em colunas. A entrevista é publicada em folha de cor amarela. Há inserção de gêneros da esfera da propaganda, que ocupam um espaço de destaque dentro da entrevista.

Tabela 10 - Composição lingüístico-textual da entrevista pingue-pongue nuclear.

Os dados apresentados na tabela 10 revelam que a entrevista nuclear apresenta estabilidade em sua composição lingüístico-textual, a qual não se altera significativamente de uma edição para outra, ou de revista para revista. Entretanto, podem ocorrer algumas

alterações com relação à diagramação, ou seja, elementos como a fotografia do entrevistado, o título, o subtítulo, dentre outros, podem receber diagramações diferenciadas, mas a presença desses elementos, bem como sua “seqüência” no enunciado, sofrem pouca variação. Portanto, é nítida a estabilidade da composição lingüístico-textual do gênero, que obedece à seguinte seqüência textual:

- a) **Inserção do nome da seção e do nome do entrevistado** - o nome da seção em que está inserida a entrevista aparece na parte superior da página e, na mesma linha, há a inserção do nome do entrevistado;
- b) **Inserção do título** - o título está interligado ao conteúdo semântico-objetual da entrevista; em algumas situações, ele constitui-se em um “olho”; algo que foi dito pelo entrevistado e que está inserido na entrevista;
- c) **Inserção do nome do jornalista** - aparece com menos destaque, mas em todas as incidências de entrevistas nucleares há a “assinatura” do jornalista, sinalizando a autoria;
- d) **Inserção de introdução** - tal introdução contextualiza o entrevistado, destacando seu papel social, suas realizações e o assunto/tema sobre o qual ele se pronuncia;
- e) **Inserção de seqüência de perguntas e respostas** - introduzidas, respectivamente, pelo nome da revista e pelo nome do entrevistado. Há, nessa seqüência, a intercalação de “olhos” e fotografia(s) do entrevistado.

A comprovação da seqüência apresentada na tabela 10 pode ser verificada nos anexos desta dissertação, onde se encontram duas entrevistas nucleares: a primeira, da revista **CartaCapital** (Anexo 4), e a segunda, da revista **Veja** (Anexo 7). Outra opção de visualização dessa seqüência é o exemplo acompanhado de análise, apresentado na seção 4.3.1, onde demonstramos a articulação dos dois materiais semióticos que compõem o gênero pesquisado: a materialidade lingüística (verbal) e a materialidade visual ou pictórica.

Já a entrevista satélite apresenta a seguinte composição lingüístico-textual:



<b>Elementos da composição lingüístico-textual das entrevistas pingue-pongue satélites</b>
Título
Introdução (reduzida)
Pergunta e resposta (introduzidas com o nome da revista e do entrevistado)
Foto do entrevistado (ao final da entrevista ou nas margens laterais)
Frase de fechamento

Tabela 11 - Composição lingüístico-textual da entrevista pingue-pongue satélite.

A tabela 11, diferentemente do que aconteceu com a tabela 10, não foi subdividida por revistas pelo fato de que nas publicações das revistas **ISTOÉ** e **Veja** a composição apresenta a mesma seqüência de elementos. A composição lingüístico-textual da entrevista satélite também se caracteriza fundamentalmente pela “estrutura” pergunta-resposta, porém não contempla todos os elementos observados na entrevista nuclear. Isso ocorre em virtude do espaço reduzido e, conseqüentemente, constitui-se em um índice valorativo. Essa composição compreende a seguinte seqüência de elementos:

- a) **Inserção do título da entrevista** - constitui-se de um “olho”;
- b) **Inserção de introdução** – a introdução apresenta o entrevistado e o “teor” da entrevista; também faz menção ao nome do jornalista, que é, na maioria das vezes, identificado como “repórter”;
- c) **Inserção de seqüência de perguntas e respostas** - em alguns casos, as perguntas e respostas são introduzidas, respectivamente, pelo nome da revista e pelo nome do entrevistado; contudo, em outras situações, inexistente a inserção do nome da revista e do nome do entrevistado;
- d) **Inserção de foto do entrevistado** - a fotografia do entrevistado geralmente se situa na lateral direita do texto ou na parte inferior da entrevista;
- e) **Inserção de uma frase de “fechamento”**.

Um exemplo da composição lingüístico-textual da entrevista satélite pode ser observado na seção 4.4 (entrevista com a atriz Carol Castro V18), onde apresentaremos um exemplo da articulação das categorias de análise no material lingüístico-textual do gênero.

Ainda na composição lingüístico-textual (Cf. tabela 10), constatamos a intercalação de outro gênero na **entrevista pingue-pongue** e também a inserção de material semiótico pictórico (cores, diagramação das letras, fotografia, etc.). Tendo em vista a importância desses dois elementos na constituição do nosso objeto de estudo, apresentaremos, nas subseções seguintes, a análise dos referidos elementos.

#### 4.3.1 A intercalação de gêneros

De acordo com Rodrigues (2001, p. 256), “Um dos traços relativos à heterogeneidade dos gêneros diz respeito à característica de combinação, de intercalação (implantação) de gêneros, que pode ser vista tanto no seu processo histórico de formação quanto no seu funcionamento discursivo”. A intercalação promove a dialogização entre os gêneros e revela o caráter de plasticidade dos gêneros, como afirma Rodrigues (2001, p. 247): “As diferentes formas de incorporação dos outros enunciados, os gêneros intercalados apontam para a elasticidade e plasticidade dos gêneros, para a própria essência da sua forma, ou seja, a relativa estabilidade da sua parte verbal”.

Com relação à intercalação de gêneros na **entrevista pingue-pongue**, a princípio, poderíamos dizer que essa inexistente em virtude da “estabilidade” que o gênero apresenta em sua composição lingüístico-textual; todavia, ainda assim, há a intercalação do gênero entrevista face a face, da esfera jornalística. Essa intercalação ocorre em todas as **entrevistas pingue-pongues**, porém, de maneira implícita; é como se fosse um “vestígio” da interação face a face que se “aporta” no gênero. Ela perpassa aspectos relacionados ao auditório social

do gênero, à concepção de autoria e à seqüência de perguntas e respostas. A intercalação pode ser percebida durante a leitura da entrevista pelo leitor previsto, uma vez que temos a impressão de que os interlocutores do gênero são jornalista e entrevistado (interlocutores da entrevista face a face), e não autor e leitor (Cf. discutido na seção 3.4). A mesma “impressão” é projetada na concepção de autoria, pois temos a “falsa” noção de que ela se situa entre jornalista e entrevistado, quando, na verdade, trata-se de um trabalho de co-autoria entre jornalista e editoria. E, finalmente, pode ser apreendida na materialização da seqüência de perguntas e respostas, que é uma “encenação” da interação face a face, pois, ao apresentar a seqüência de perguntas e respostas no “corpo” da entrevista, o autor está, de certa maneira, “simulando” a entrevista face a face.

Mais que um caso de intercalação genérica, podemos dizer que existe uma relação de constitutividade genérica, que se inicia com a entrevista face a face até chegar à entrevista pingue-pongue, em outras palavras, a entrevista publicada (pingue-pongue) se “origina”, ou melhor, “nasce” da interação face a face entre jornalista e entrevistado; sem a situação de interação discursiva que ocorre na entrevista face a face não há **entrevista pingue-pongue**. Essa posição teórica pode ser justificada na comparação entre a entrevista pingue-pongue e o gênero artigo assinado, uma vez que este último mantém uma relação de “independência” a outros gêneros, o que equivale a dizer que o artigo assinado não necessita de outro gênero para “existir”; pois, apesar de estabelecer relações dialógicas com outros gêneros, ele (o artigo) não “surge” de uma “dependência constitutiva”, como é o caso da entrevista pingue-pongue.

Além desse caso de intercalação, observamos que em algumas entrevistas nucleares, mais precisamente nas que constituem seção de revista (páginas vermelhas da **ISTOÉ** e páginas amarelas da **Veja**<sup>136</sup>), ocorre a inserção de gêneros da esfera da propaganda.

---

<sup>136</sup> A inserção de gêneros da esfera da propaganda na **entrevista pingue-pongue** pode ser observada no anexo 7, como também no exemplo situado na seção 4.3.2, em que apresentamos uma análise do verbo-visual no gênero.

Nesses casos, não se trata exatamente de uma intercalação de gênero, mas de uma “invasão” da esfera da propaganda no espaço da entrevista, em função do *status* agregado à entrevista que constitui seção regular da revista: em outras palavras, em virtude do destaque dessa entrevista na edição. A esfera da propaganda prevê a expectativa do leitor, que sabe, de antemão, que vai encontrar a cada semana uma entrevista “ampla” e, sendo esse um “lugar” privilegiado na edição da revista, tem curiosidade em saber quem é o entrevistado e o que ele tem a dizer; podemos dizer que há um certo respeito por parte do leitor para com essa seção.

Como essa entrevista recebe maior atenção tanto por parte do leitor, quanto por parte da própria revista, haja vista os valores comerciais desse espaço<sup>137</sup>, a empresa jornalística insere propaganda “dentro” da entrevista, “obrigando” o leitor a ler, ou, pelo menos, a “passar os olhos” nela. Nessa inserção da propaganda, observamos que há uma demarcação clara de que se trata de um outro enunciado, de outro gênero, com outro projeto discursivo, que não altera as características e o funcionamento discursivo da entrevista. Podemos dizer que os gêneros da esfera propaganda “invadem” a entrevista, autorizados pela “editoria” da revista (via contrato comercial), o que se caracteriza em uma espécie de gênero “parasitário” que se aproveita deste espaço privilegiado e, conseqüentemente, do leitor previsto e do *status* do entrevistado para se enunciar. Enfim, esses gêneros quebram a seqüência textual (Cf. tabela 10) da **entrevista pingue-pongue**; eles não fazem parte dela, apenas se “intrometem” no espaço da entrevista. Eles “irrompem” de dentro da **entrevista pingue-pongue** e recebem muita visibilidade, ocupando, normalmente, páginas duplas; há casos, principalmente na revista **Veja**, de inserção de mais de uma propaganda. Os anunciantes que pagam por esse espaço publicitário são empresas dos mais variados setores

---

<sup>137</sup> Através de consulta ao *site* da revista **Veja**, constatamos que uma propaganda, inserida na **entrevista pingue-pongue**, em página dupla chega a custar o equivalente a R\$ 291.500,00 e a de uma página inteira tem o valor de R\$145.800,00. Disponível em: [http://veja.abril.com.br/idade/publiabril/midiakit/anunciar/precos\\_esp\\_nac2007.shtml](http://veja.abril.com.br/idade/publiabril/midiakit/anunciar/precos_esp_nac2007.shtml). Acesso em 09 de jun. 2007.

da economia e de grande abrangência, vinculados aos seguintes ramos: automobilístico - Chevrolet, Mitsubishi Motors, Peugeot, Toyota; indústria farmacêutica - Eurofarma; do mercado digital - Provedor Terra; instituições financeiras - Caixa Econômica Federal, Banco Real; setor de telefonia celular - Claro, dentre outros.

Como cada gênero se assenta sobre um diferente cronotopo, nessa situação, tem-se um cronotopo dentro de outro cronotopo, tendo em vista que os gêneros da esfera da propaganda “quebram”, ou melhor, “interrompem” a interação discursiva que se estabelece na leitura da **entrevista pingue-pongue**, para que se opere outra interação discursiva, dessa vez, a leitura dos gêneros da propaganda, que aponta para outra situação de interação (anúncio de um produto para um possível consumidor). Esse processo de inserção genérica na **entrevista pingue-pongue** funciona como uma estratégia da empresa jornalística e, por conseguinte, da empresa anunciante, para “obrigar” o leitor a “interagir” com enunciados dessa área, objetivando estabelecer uma influência sobre o leitor-consumidor em relação ao “produto” anunciado.

#### 4.3.2 O verbo-visual

A **entrevista pingue-pongue** materializa-se por meio de dois materiais semióticos: o verbal e o pictórico, cuja articulação também é responsável pela construção dos sentidos das entrevistas. O material pictórico é constituído por elementos como as fotografias, as cores das páginas e também a disposição gráfica dos elementos no enunciado. Dentre os elementos mencionados, o que mais se destaca nesse gênero é a fotografia, que, na esfera do jornalismo, normalmente integra os gêneros notícia e reportagem e é chamada de fotojornalismo. Brait (2004, p. 47) observa que “[...] a técnica fotográfica assegura o simulacro visual do acontecimento, [pois] cria-se o efeito de objetividade, de transparência, como se não houvesse

um enunciador”. Mas, apesar desse “apagamento” do enunciador, a autora salienta que, na verdade, a construção da cena enunciativa revela a existência de um sujeito da enunciação e isso ocorre, segundo a autora, porque

[...] o enquadramento, o dimensionamento da luz e outros recursos da linguagem fotográfica funcionam discursivamente, isto é, não têm um valor em si, enquanto signos de um sistema de comunicação e significação, mas assinalam escolhas de um sujeito, tendo em vista o discurso a ser construído e os efeitos de sentido que devem ser produzidos no enunciatário (BRAIT, 2004, p.47).

Já a fotografia que está incorporada à **entrevista pingue-pongue**, diferentemente do fotojornalismo, não tem por objetivo “capturar” um fato propriamente dito, mas apresentar, na maioria dos casos, foto(s) do entrevistado e de outros elementos relacionados ao horizonte temático do enunciado. A fotografia do entrevistado é um elemento inerente ao gênero, haja vista que em todas as incidências dos dados de pesquisa constatamos a inserção de uma ou mais fotografias da pessoa entrevistada; isso ocorre porque é ela (a fotografia) que reforça, ou melhor, impulsiona o leitor para que proceda a leitura do enunciado, uma vez que, ao visualizar uma fotografia “destacada” como objeto discursivo (o entrevistado), o leitor pode se sentir impelido a ler ou não a entrevista. Além de “atrair” a atenção do leitor, a fotografia também é um lugar de valoração axiológica, pois ela ou “depõe contra” o entrevistado, ou o exalta, tendo em vista seu papel social e a intenção interlocutiva do autor (e da instância jornalística). Portanto, a escolha desse elemento pictórico, que ajuda a compor a dimensão semiótica do gênero, corrobora com o projeto discursivo do autor da entrevista, o que equivale a dizer que não se trata de uma escolha “neutra” ou “aleatória”, mas um trabalho estilístico-composicional pertencente aos domínios da autoria. Segundo Vannuchi (2007a), na parte final de “produção”, após a edição gráfica, a entrevista retorna à editoria para que sejam feitos os últimos ajustes necessários para a apresentação visual do texto, ou seja, algum corte que ainda seja necessário, a composição das legendas das fotos, etc. Assim, a articulação entre

os elementos verbais e pictóricos (principalmente os fotográficos) faz parte do acabamento estilístico-composicional do gênero.

Entretanto, a fotografia não é apenas um dos materiais semióticos da **entrevista pingue-pongue**; ela é a materialização de um enunciado citado dentro da **entrevista pingue-pongue**, que é enquadrado na entrevista para fazer parte do projeto discursivo do gênero. Há a inserção tanto de fotografias de “arquivo”, ou seja, de fotografias “tiradas” em outra situação de interação social para cumprir outros propósitos discursivos, quanto de fotografias “tiradas” no momento da entrevista face a face<sup>138</sup>.

Na seqüência, apresentaremos a análise da articulação verbo-visual na **entrevista pingue-pongue nuclear** com o escritor João Ubaldo Ribeiro. Por questões de ordem prática, tendo em vista a impossibilidade de “reproduzir” uma **entrevista pingue-pongue** de 5 (cinco) páginas no corpo da dissertação, apresentaremos a entrevista supracitada a cada página separadamente, com exceção das páginas em que se insere a propaganda; nesse caso, juntamos duas páginas, para que fosse possível visualizar a “ampliação” que esse gênero recebe no “interior” da entrevista. Além disso, também aproveitamos a inserção dessa entrevista no corpo da dissertação para demonstrar os elementos da composição lingüístico-textual (Cf. seção 4.3).

A entrevista com o escritor João Ubaldo Ribeiro (I6) foi publicada na seção de entrevistas da revista **ISTOÉ** (páginas vermelhas) em uma edição anterior ao segundo turno das eleições presidenciais. Tendo em vista a época da publicação, o assunto que se sobressai é a “posição” do entrevistado sobre a eleição presidencial. A entrevista é “percebida” pelo leitor como um todo, ou seja, ela é considerada como um único enunciado, que é constituído pelo material verbal e pelo material visual, articulados através da diagramação, quer dizer, pela forma como os elementos verbais e visuais estão distribuídos nas páginas da entrevista. Toda

---

<sup>138</sup> Isso é uma prática recorrente no jornalismo, haja vista a inserção de fotografias “assinadas” por diferentes fotógrafos em uma mesma entrevista.

a entrevista é “emoldurada” por bordas vermelhas, o que justifica o “apelido” de “páginas vermelhas” que essa seção recebe na redação da revista (VANNUCHI, 2006). Os elementos que integram esse enunciado são (em seqüência):



Figura 11 - Primeira página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ).

- a) **Inserção do nome da seção e nome do entrevistado (Entrevista - João Ubaldo Ribeiro)**  
- ocupa a parte superior da entrevista e se destaca pelo tamanho e pela forma das letras;
- b) **Inserção de uma fotografia colorida do entrevistado** - é o elemento de maior destaque na primeira página. A fotografia insere o entrevistado em seu “ambiente” de trabalho (escritório), pois, ao fundo, percebemos a presença de livros e de um computador. Como a imagem “mostra” o ambiente de trabalho do entrevistado, ela conduz o leitor a relacionar essa fotografia com o papel social de intelectual (escritor) do entrevistado. Na extremidade direita, a fotografia recebe a “assinatura” do fotógrafo (Hélio Nagamine);



c) **Inserção de título (“NÃO AGÜENTO A CARA DELES”)** - aparece bem destacado, com letras maiúsculas, centralizado; o título é construído a partir de um “olho”, que, segundo VANNUCHI (2007b), constitui-se em uma frase dita pelo entrevistado e que é colocada em destaque, pelo autor da entrevista. Ao “retirar” do corpo do texto uma “fala” e inseri-la no título, temos um caso de bivocalidade, uma vez que percebemos duas vozes que se materializam nesse novo enunciado. Há a voz do entrevistado, que efetivamente diz “*Não agüento a cara deles*” e a voz do autor, que quer ressaltar essa posição valorativa do entrevistado;

d) **Inserção do nome do jornalista (Por ELIANE LOBATO)** - em letra maiúscula, mas com menor destaque;

e) **Inserção de introdução e subtítulo** - em três colunas insere-se a introdução, que apresenta o entrevistado (“[...] *escritor baiano João Ubaldo Ribeiro, 65 anos*”) e, na seqüência, os “assuntos” abordados na entrevista: **1.** O descontentamento do entrevistado para com os políticos brasileiros (“[...] *ainda não sabe o que vai fazer quando estiver frente a frente com a urna eletrônica*”); **2.** A criminalidade (“[...] *realça a angústia da criminalidade carioca [...]*”); **3.** A relação do entrevistado com o álcool (“[...] *revela como se livrou do alcoolismo [...]*”). Como podemos perceber, a introdução faz uma espécie de apresentação e resumo da entrevista e, de certa forma, “simula” a apresentação que geralmente o jornalista faz do entrevistado na entrevista face a face da mídia televisiva ou radiofônica. “Encaixada” na introdução, há a inserção de uma frase que se constitui em um subtítulo: “*Totalmente desencantado com os políticos brasileiros, o escritor baiano não consegue sequer assistir aos debates eleitorais na tevê*”. O subtítulo acentua a temática do segundo turno das eleições presidenciais e “expõe” a valoração do entrevistado em relação ao referido tema.

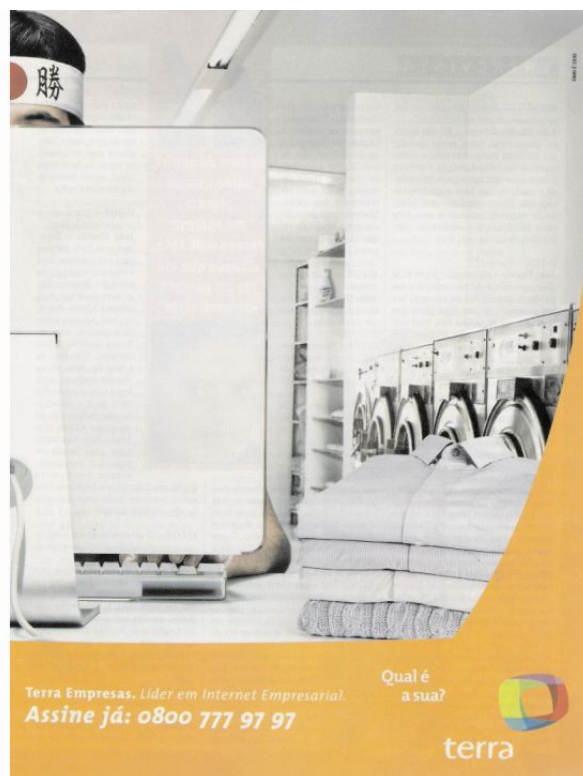


Figura 12 - A inserção de gênero da esfera da propaganda na entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ).

**Intercalação de propaganda** - ocupa página dupla, ou seja, a segunda e a terceira páginas da entrevista. Trata-se de uma propaganda do provedor de Internet Terra<sup>139</sup>.

<sup>139</sup> Foge ao escopo desta pesquisa a análise dos gêneros da esfera da propaganda.



Figura 13 - Quarta página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ).

- a) **Inserção do nome da seção (ENTREVISTA)** - indicação do nome da seção em letra maiúscula em fundo preto e vermelho;
- b) **Inserção da seqüência de perguntas e respostas** - é justamente dessa seqüência que se originou o termo **entrevista pingue-pongue**, na esfera do trabalho do jornalismo, pois ela “simula” as perguntas e respostas da entrevista face a face. A pergunta é introduzida pelo nome da revista, que aparece em letra maiúscula e destacada em negrito (**ISTOÉ**). A resposta é introduzida pelo nome completo do entrevistado, em letra minúscula e destacado em negrito; somente na primeira inserção do nome do entrevistado é que é utilizado o nome completo (**João Ubaldo Ribeiro**), pois, da segunda inserção em diante, aparece somente o primeiro nome (**João Ubaldo**), o que sugere um “ar” de intimidade com o entrevistado;

c) **Inserção de “olho”** (“*Eu fico de queixo caído quando alguém me escreve defendendo Lula, dizendo que ele fez um governo extraordinário*”) - as primeiras linhas de abertura, as quais indicam que é uma “fala” do entrevistado que está integrando o “conteúdo” da entrevista, são destacadas através de ampliação da fonte e estão impressas na cor preta; as aspas de fechamento são apresentadas em fonte menor, na cor branca;

d) **Inserção de fotografia do candidato à Presidência Luiz Inácio Lula da Silva** - o autor da entrevista insere, logo abaixo do “olho”, a fotografia de uma pessoa citada na entrevista (o candidato à Presidência Luiz Inácio Lula da Silva). Trata-se de uma fotografia colorida e pequena, em que o candidato aparece em tom “sério” e, ao contrário da foto anterior, não recebe “assinatura”. A intercalação de outra fotografia, que não a do entrevistado, é uma particularidade da revista **ISTOÉ** e, em alguns casos, da revista **CartaCapital**. Já nas entrevistas das páginas amarelas da revista **Veja**, constatamos somente a presença de uma única fotografia do entrevistado. A maneira como a fotografia do presidente e candidato Lula está diagramada, em que ele é mostrado de forma a exprimir um “tom” oblíquo, conferindo uma expressão de dúvida, de fragilidade, de defesa. Ou seja, a forma como o projeto gráfico seleciona essa foto, e não outra, e a articula com os demais elementos verbais (por exemplo, o título “*Não agüento a cara deles*”) e com o “olho” (“*eu fico de queixo caído quando alguém me escreve defendendo Lula, dizendo que ele fez um governo extraordinário*”) possibilita ao leitor-eleitor capturar efeitos de sentido que vão além do objetivo discursivo de “ilustrar” a entrevista, adentrando caminhos em direção à materialização ideológica de posições políticas. A relação entre o material lingüístico e o material pictórico permite uma ampliação ou redimensionamento de sentidos.



Figura 14 - Quinta página da entrevista com João Ubaldo Ribeiro (ISTOÉ).

a) **Inserção da seqüência de perguntas e respostas;**

b) **Inserção de imagem** – é inserida a imagem de Nossa Senhora do Perpétuo Socorro, mas, nesse caso, não se trata de uma fotografia, mas de uma “espécie” de réplica de pintura. A Santa é citada na entrevista, uma vez que o entrevistado atribui a ela a sua decisão de ter “se livrado do alcoolismo”. Da mesma maneira que a fotografia do presidente Lula, a imagem da Santa se refere a um “outro” inserido na entrevista;

c) **Inserção de “olho”** (“*Prometi para Nossa Senhora do Perpétuo Socorro que pararia de beber. Continuo indo ao boteco, mas só tomo guaraná.*”) - logo abaixo da imagem da Santa;

A análise da articulação entre elementos verbais e visuais na **entrevista pingue-pongue** mostrou que a integração desses elementos contribui significativamente para

constituição do gênero, e que, dentre os elementos pictóricos supracitados (cor, disposição gráfica dos elementos, etc.), a fotografia do entrevistado é o mais “saliente” no gênero. Isso se comprova pelo fato de que em todas as incidências do gênero há pelo menos 1 (uma) fotografia do entrevistado. É ela a responsável por “atrair” a atenção do leitor para que ele leia a entrevista, concretizando assim a interação discursiva entre autor e leitor, além de atribuir valoração axiológica à pessoa do entrevistado.

#### 4.4 O GÊNERO ENTREVISTA PINGUE-PONGUE NA VOZ DESTA PESQUISA

Na seção 3.2 apresentamos vários conceitos de entrevista: discutimos desde a polissemia com relação ao termo ‘entrevista’ até os diferentes quadros teóricos que abordam o gênero entrevista, e que se constituíram nas “outras” vozes sobre o gênero. Agora, após a apresentação da análise do objeto da pesquisa, faremos uma síntese, que resume as particularidades observadas no gênero **entrevista pingue-pongue**. Em outros termos, esta seção objetiva estabelecer, na “voz desta pesquisa”, o conceito a que se chegou sobre o gênero pesquisado. Além disso, nesta seção, faremos uma espécie de “acabamento” teórico acerca de algumas discussões suscitadas ao longo da dissertação.

Podemos **definir o gênero entrevista pingue-pongue** como discurso citado da entrevista face a face, ou seja, um enquadramento do discurso do entrevistado a partir de uma reenunciação da entrevista face a face. Esse discurso citado pode ser considerado como “[...] o *discurso de outrem* [do entrevistado] *na linguagem de outrem* [do autor], que serve para refratar a expressão das intenções do autor (BAKHTIN, 1998, p. 127, grifo do autor). Ainda sobre a definição da **entrevista pingue-pongue**, sob a ótica desta pesquisa, queremos fazer menção ao que Bakhtin diz:

No romance, o homem que fala e sua palavra são objeto tanto de representação verbal como literária. O discurso do sujeito falante no romance não é apenas transmitido ou reproduzido, mas representado artisticamente e, à diferença do drama, representado pelo próprio discurso (do autor). Porém a pessoa que fala e seu discurso constituem um objeto específico enquanto objeto do discurso: não se pode falar do discurso como se fala dos outros objetos [...] os objetos inanimados, os fenômenos, os acontecimentos, etc. (BAKHTIN, 1998, p. 135).

Essa passagem do texto de Bakhtin se refere à “pessoa que fala no romance”, em que há uma representação do discurso do outro. Já nos gêneros da “prosa extra-artística” (caso do nosso objeto de pesquisa), Bakhtin afirma haver um processo de transmissão do discurso do outro<sup>140</sup>. Contudo, observamos que o discurso do “sujeito falante” na **entrevista pingue-pongue** não é apenas transmitido; há ainda uma espécie de “simulação” da entrevista face a face, que é reenunciada e valorada pelo autor da **entrevista pingue-pongue**.

E tendo em vista que, na **entrevista pingue-pongue**, o **entrevistado e seu discurso constituem o objeto do discurso**, a valoração axiológica se sobressai, uma vez que esse entrevistado já vem envolvido em um “fundo” aperceptivo dos discursos alheios. Segundo Bakhtin (1998, p. 86), o objeto (o entrevistado) “está amarrado e penetrado por idéias gerais, por pontos de vista, por apreciações de outros e por entonações”. Contudo, não é qualquer pessoa que possui o *ethos* de entrevistado; essa “posição” é “outorgada” aos leitores que possuem uma relação assimétrica com os demais leitores; eles são “selecionados” a partir de seu papel social, que os valida, enfim, qualifica-os para assumir a “posição de entrevistado”.

Dessa forma, o “**fio condutor**” na **entrevista é o entrevistado e seu discurso**, em outras palavras, o que interessa, de fato, nesse gênero, é o entrevistado, cujo discurso, através do enquadramento feito pelo autor, é “encharcado” de valoração, é “desacreditado”, é “contestado” ou “enaltecido”. Essa valoração dada ao entrevistado concretiza-se através de

---

<sup>140</sup> Em **Marxismo e Filosofia da Linguagem** (2004), Bakhtin/Volochínov analisam o “Discurso de outrem”, apresentando as suas variantes: discurso indireto, discurso direto e suas variantes e o discurso indireto livre.

seu papel social, que é validado pelas “opiniões” sociais, e pelos já-ditos sobre esse objeto (entrevistado). Isso nos remete à metáfora de “discurso-raio”, utilizada por Bakhtin (1998) para explicar a orientação sobre o objeto do discurso:

Se representarmos *a intenção*, isto é, *a orientação sobre o objeto* de tal discurso pela forma de um raio, então nós explicaremos o jogo vivo e inimitável de cores e luzes nas facetas da imagem que é construída por elas, devido à refração do ‘discurso-raio’ não no próprio objeto (como o jogo de imagem-tropo do discurso poético no sentido restrito, na ‘palavra isolada’), mas pela sua refração naquele meio de discursos alheios, de apreciações e de entonações através do qual passa o raio, dirigindo-se para o objeto. A atmosfera social do discurso que envolve o objeto faz brilhar as facetas de sua imagem (BAKHTIN, 1998, p. 87, grifo do autor).

Semelhantemente ao efeito de um raio, a atmosfera social do discurso que envolve o objeto faz brilhar as facetas de sua imagem; da mesma forma, os discursos que envolvem o entrevistado fazem com que os já-ditos sobre ele se intensifiquem, tenham ressonâncias ideológicas, constituindo a imagem da “personalidade fútil”, do “político ético ou inescrupuloso”, do “especialista” que é voz de autoridade, etc. Em virtude disso, a valoração axiológica do jornalista na entrevista face a face, do autor da **entrevista pingue-pongue** e do próprio leitor sobre o entrevistado e seu discurso aflora de forma saliente no gênero. Trata-se de discursos “outros” sobre o objeto do discurso, cujas ressonâncias ideológicas se tornam intensas e “tensas”.

No gênero **entrevista pingue-pongue**, a regularidade que se sobressai é o entrevistado e seu discurso como objeto do discurso da entrevista, o que faz com que a valoração do objeto do discurso seja o ponto de maior saliência do gênero, diferentemente, por exemplo, do gênero artigo assinado (Cf. RODRIGUES, 2001), em que o ponto de saliência é a autoria e as outras “vozes” que esse autor traz para a interação discursiva no artigo. Ao ler um artigo assinado, o leitor quer saber quem “diz”, qual a opinião do autor do



“dizer”; já na **entrevista pingue-pongue**, o leitor quer saber sobre o entrevistado e seu discurso e não sobre o autor da entrevista.

A **situação de interação discursiva** do gênero ocorre na relação discursiva entre os participantes da interação, a saber, o autor e o leitor, mediada pela esfera do jornalismo. Contudo, haja vista que o gênero se constitui em uma reenuniação da entrevista face a face, o que aponta para a presença da intercalação dessa na **entrevista pingue-pongue**. Assim, a **entrevista pingue-pongue** projeta um “efeito” de sentido que conduz à idéia de que os interlocutores da situação de interação discursiva são jornalista e entrevistado (interlocutores na interação face a face), e não autor e leitor (BAKHTIN, 1998).

**Com relação à autoria**, podemos dizer que o objeto do discurso (o entrevistado e seu discurso) é, para o autor, uma concentração de “vozes” multidiscursivas<sup>141</sup>, dentre as quais ressoa a sua “voz” (de autor). Entretanto, o gênero produz um “efeito” de sentido que leva o leitor a pensar que é a “voz” do próprio entrevistado que se “manifesta” na **entrevista pingue-pongue**. Toda essa construção discursiva cria um fundo aperceptivo necessário para a criação de matizes ideológicos da esfera jornalística, pois, segundo Bakhtin (1998), todo e qualquer discurso da prosa extra-artística (a jornalística, por exemplo) não pode deixar de se orientar para o “já-dito”, para o “conhecido”. O que nos conduz à questão de autoria (trabalho estilístico-composicional) no gênero, a qual ocorre em uma complexa relação de co-autoria, sendo que é de responsabilidade da instância discursiva do jornalismo, representada pelo jornalista e pela editoria. Esse trabalho de co-autoria cumpre o projeto discursivo da revista através do enquadramento do discurso do entrevistado.

**Já o interlocutor previsto do gênero** corresponde ao leitor da revista semanal de informação (Cf. seção 3.4.1), ou seja, trata-se de um público que demonstra maior interesse por temas tradicionalmente abordados por revistas semanais de informação.

---

<sup>141</sup> Esse conceito se deu a partir de uma analogia com o que Bakhtin (1998) diz sobre a autoria no romance: “O objeto é para o prosador a concentração de vozes multidiscursivas, dentre as quais deve ressoar a sua voz; essas vozes criam o fundo necessário para a sua voz [...]” (Bakhtin, 1998, p. 88).

**Com relação à composição lingüístico-textual**, a entrevista se caracteriza por ser um gênero que segue uma certa padronização (Cf. seção 4.3), uma vez que sua composição textual não se altera sensivelmente de edição para edição e porque não permite variedade de intercalação de gêneros (com exceção da entrevista face a face e da inserção da propaganda em determinadas entrevistas). Além disso, o gênero não “autoriza” o autor a alterar a seqüência dos seus elementos constitutivos. Ao ler uma entrevista, o leitor já sabe, de antemão, que encontrará uma seqüência sistematizada: título, introdução, foto, “olho”, pergunta, resposta. Essa tendência à padronização da **entrevista pingue-pongue** pode ser verificada na comparação entre esse gênero e o gênero artigo assinado, tendo em vista que este último oferece ao autor a possibilidade de intercalação de gêneros diversos e uma maior “liberdade” para diversificar o acabamento estilístico-composicional.

A partir da análise dos dados, **foi possível estabelecer dois agrupamentos do gênero**:

**1.** Com relação ao objeto do discurso, que subdivide as entrevistas em: a) entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado; b) entrevistas pingue-pongues cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais; são entrevistas temáticas e testemunhais.

**2.** Com relação ao lugar de ancoragem na revista, que subdivide as entrevistas em: a) entrevistas pingue-pongues nucleares, publicadas nas páginas vermelhas e nas seções principais da revista **ISTOÉ**; nas páginas amarelas e nas seções principais da revista **Veja** e em qualquer seção na **CartaCapital**; b) entrevistas pingue-pongues satélites, que são publicadas nas seções destinadas a colunismo social, Holofote (**Veja**), Gente (**Veja**) ou aos “bastidores da política” (**ISTOÉ**) e aquelas que são publicadas em proximidade a outras reportagens dentro de uma única página ou seção e cumprem a função de “completar” uma série de reportagens, por exemplo, as entrevistas da seção GUIA **Veja** (**Veja**).

Observamos uma correlação entre esses dois agrupamentos de entrevistas, pois podemos relacionar as entrevistas cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado às entrevistas satélites, bem como podemos aproximar as entrevistas cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais (mais precisamente as entrevistas temáticas) às entrevistas nucleares. Essa correlação pode ser observada na figura a seguir:

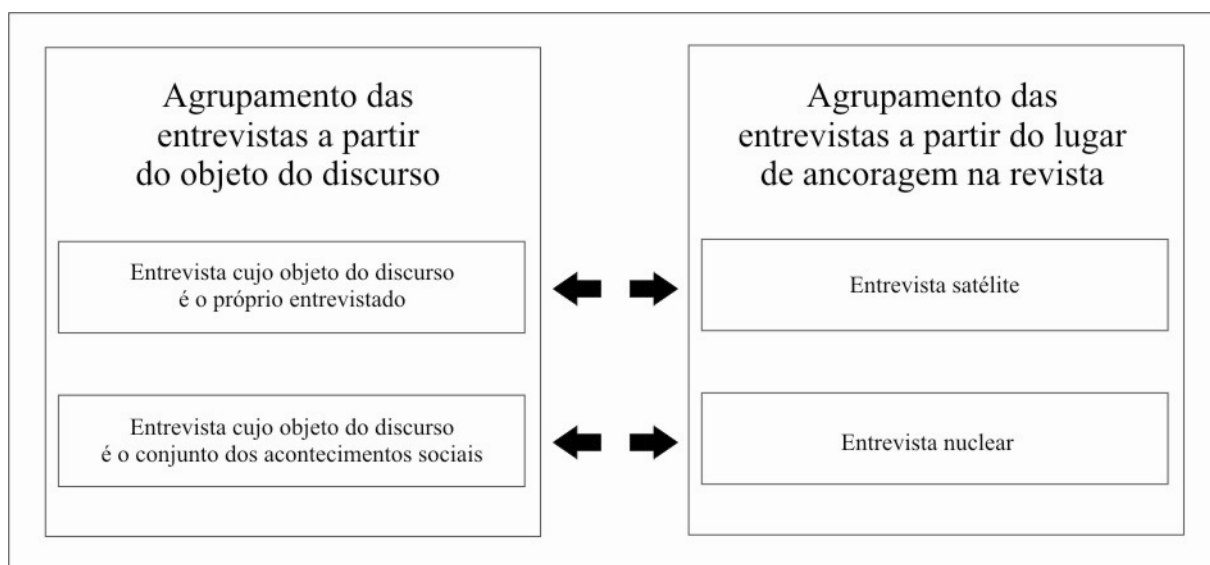


Figura 15 - Correlação entre os agrupamentos de entrevista pingue-pongue.

Essa relação de “aproximação” (Cf. figura 15) se justifica nas situações em que as entrevistas satélites têm como foco o entrevistado, adentrando “assuntos” relativos a sua vida particular, que pertencem à esfera íntima, mas se tornam “públicos” ao serem inseridos na esfera jornalística. Já nas entrevistas nucleares, há uma “tendência” de focalizar os “assuntos” que contemporaneamente constituem conteúdo jornalístico, ou seja, o conjunto dos acontecimentos sociais que são valorados pela esfera do jornalismo. Entretanto, essa aproximação entre os agrupamentos de entrevistas não se constitui em “regra”, mas em uma constatação aproximativa.

A discussão sobre as categorizações dos gêneros jornalísticos (apresentada na seção 3.1.1) nos remete a outro importante resultado de pesquisa. No escopo teórico da ciência da Comunicação, o gênero entrevista é inserido na categoria de gêneros jornalísticos informativos, conforme o agrupamento proposto por Marques de Melo (2003). Contudo, a partir dos dados analisados, observamos que, em sua maioria, as entrevistas apresentaram um conteúdo semântico-objetual eminentemente opinativo. As incidências de entrevistas com um enfoque mais informativo (as entrevistas testemunhais) foram irrelevantes, pois encontramos apenas 1 incidência dessa modalidade de entrevista. A entrevista temática, maior incidência nos dados (42 incidências), é uma mostra dessa constatação, pois, nessa modalidade, o entrevistado é convidado a dar sua “opinião” sobre determinado assunto, a qual é enquadrada e valorada pela esfera do jornalismo, evidenciando assim o “teor” opinativo do gênero.

Sobre as questões mais gerais que foram suscitadas na dissertação, principalmente com relação ao funcionamento do gênero **entrevista pingue-pongue** no jornalismo de revista, podemos dizer que se confirmou a posição de Bakhtin de que a revista (e a esfera do jornalismo como um todo) apresenta uma visão de mundo socialmente significativa que tem a faculdade de espoliar a língua, “[...] sobrecarregando suas palavras e formas com suas próprias intenções e acentos típicos e, com isto, torná-las em certa medida alheias às outras correntes, partidos, obras e pessoas” (BAKHTIN, 1998, p. 97). O jornalismo de revista contribui para construções sócio-ideológicas em grande escala, ao avaliar e validar os “já-ditos”; ao tornar “público” o que é privado; ao “impor acento de valor” sobre objetos discursivos que vão desde acontecimentos sociais até mesmo as pessoas e seu “dizer”.

Além de desempenhar esse “papel” discursivo-ideológico, observamos algumas diferenças com relação à valoração que as editoriais das revistas concedem ao gênero pesquisado, uma vez que é por meio dos gêneros que a revista materializa seu discurso. Diante disso, embora este estudo não tenha um caráter comparativo, não podemos

desconsiderar ou apagar as diferenças valorativas que emergiram dos dados durante o processo de análise. Mais que “descortinar” algumas diferenças ou semelhanças, tais constatações contribuem para ampliar a percepção da dinâmica do gênero em seu espaço de produção e circulação.

Nesse sentido, podemos dizer que a revista **CartaCapital** concede um espaço restrito ao gênero, tendo em vista o número pouco significativo de incidências nos dados (somente 4 incidências); além disso, foi a única revista, que apresentou edições sem nenhuma incidência do gênero. Diferentemente das demais revistas, a **Cartacapital** não mantém uma seção “fixa” de entrevistas, o que aponta para uma certa “flexibilidade” por parte da revista, mas, ao mesmo tempo, pode evidenciar um “desinteresse” por esse gênero e seus processos discursivos. As entrevistas da **CartaCapital** foram as mais “estáveis”, ou seja, as que se mostraram mais parecidas umas com as outras: não observamos, entrevistas excessivamente densas ou demasiadamente “pequenas”, como ocorre nas revistas **ISTOÉ** e **Veja**. E ao contrário das demais revistas, a **CartaCapital** publica somente entrevistas nucleares, cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais.

Contudo, o que parece remeter a uma “não-valoração” do gênero por parte da revista, pelo número reduzido de suas manifestações, já materializa uma opção da editoria em não acentuar a valoração, em diferenciar-se das práticas recorrentes das demais revistas semanais de informação e que, não raras vezes, são alvo de crítica da **CartaCapital**. A valoração axiológica da revista **CartaCapital** no gênero **entrevista pingue-pongue** se concentrou no índice do papel social do entrevistado, uma vez que a redação escolhe para ocupar o “espaço” de entrevistado pessoas que apresentam um denso “conteúdo jornalístico”, mais do que isso, trata-se de entrevistados com uma visão crítica e aprofundada dos fatos contemporâneos e que apresentam a capacidade de relacionar tais fatos às questões filosóficas

e culturais profundas. Enfim, como dito na análise, esse “perfil” de entrevistado colabora para que a revista se distancie ideologicamente das demais publicações.

Já no caso da revista **ISTOÉ**, o número de incidências concede ao gênero uma valoração acentuada que se concentra nas seguintes situações: a manutenção de uma seção “fixa” de entrevistas (páginas vermelhas); o número significativo de ocorrências nos dados de pesquisa; a “escolha” desse gênero para apresentar um dos maiores “embates” político-ideológicos, que é um eleição presidencial. Além disso, a **ISTOÉ** mostrou ocorrências significativas para materializar uma valoração diferenciada (positiva ou negativa) em relação a seus entrevistados. Isso se confirma no fato de que a revista apresentou incidências tanto de entrevistas nucleares como de entrevistas satélites, da mesma forma que apresentou entrevistas cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado e entrevistas cujo objeto do discurso é o conjunto dos acontecimentos sociais.

Um exemplo da valoração que a **ISTOÉ** confere ao entrevistado são as entrevistas intituladas: Toma-lá-da-cá. Essas são entrevistas satélites publicadas na seção Brasil Confidencial, que se constituem uma espécie de “fuxico” do cenário político brasileiro. Elas corroboram com a finalidade discursiva da seção, que é a de abordar os acontecimentos políticos de forma “superficial” e, em algumas situações, em um “tom” jocoso. As entrevistas se misturam a notas, como a que apresentamos a seguir:

(18)

Guerra dos Collor

A Yalorixá Maria Cecília, de Alagoas, resolveu contar que Fernando Collor encomendou despachos pesados, com magia negra, para se tornar presidente em 1989. Teria até violado túmulos. Rosane Malta, ex-Collor, confirma tudo. E revela detalhes impressionantes.

Além de ligarem-se tematicamente aos demais gêneros para construir um “todo” que aponta para uma discussão sobre assuntos políticos que são pouco aprofundados, essas entrevistas, por vezes, apresentam entrevistados já valorados negativamente pela opinião

pública; políticos que estão, ou já estiveram, envolvidos em escândalos político-financeiros, como é o caso dos políticos Roberto Jefferson e Paulo Maluf. Essas entrevistas trazem ainda entrevistados que são apresentados para falar sobre questões polêmicas, como avaliar a atuação do governo em determinada questão econômica; ou atribuir responsabilidades por “catástrofes”, como é o caso do acidente aéreo envolvendo o avião da empresa Gol (ocorrido em outubro de 2006). Há uma espécie de “fiscalização” por parte da revista, materializada por meio da entrevista.

Semelhantemente à revista supracitada, a **Veja** confere uma valoração acentuada ao gênero pesquisado, e que se revelou nas seguintes situações: a manutenção de uma seção “fixa” de entrevistas (páginas amarelas); o número significativo de ocorrências nos dados de pesquisa; as diversas manifestações do gênero em seções variadas. Essas diversas manifestações do gênero, que se materializam em extensões textuais diferenciadas (Cf. tabela 6 na seção 4.2), evidenciaram uma valoração acentuada na revista, mais do que isso, a valoração foi tão “latente” que foi possível observamos, em uma mesma seção, a coexistência de entrevistas valoradas positivamente, em que o entrevistado é “enaltecido”, e entrevistas valoradas negativamente, em que o entrevistado tem sua “imagem” depreciada. Outra questão importante são as relações dialógicas que a entrevista estabelece com outros gêneros, que, não raras vezes, cumprem a função de completar ou reafirmar um já-dito. A entrevista vem “a reboque” da resenha ou da reportagem<sup>142</sup>, o que novamente nos remete à questão do acento de valor, o qual diferencia as entrevistas que completam um “todo” temático e as que apresentam independência temática. Enfim, essas relações dialógicas entre os gêneros, dentro da edição, apontam para um projeto discursivo “maior”, o da revista.

Finalizando, com objetivo de exemplificar todos os “movimentos” de análise em uma **entrevista pingue-pongue**, fecharemos este capítulo e a dissertação com um exemplo de

---

<sup>142</sup> É importante salientar que essa “função” do gênero em “reafirmar” um já-dito também ocorre em algumas entrevistas da revista **ISTOÉ**, porém, na revista **Veja** isso se mostrou mais recorrente, principalmente, na seção GUIA Veja.

articulação das regularidades do gênero a partir da análise do material lingüístico-textual em uma entrevista satélite com a atriz Carol Castro (V18)<sup>143</sup>.

---

<sup>143</sup> Por questões de espaço, o exemplo da articulação das regularidades do gênero no material lingüístico-textual será apresentado, isoladamente, na página seguinte.



Entrevista pingue-pongue satélite, cujo objeto do discurso é o próprio entrevistado. Aporta-se na seção Holofote (lugar de ancoragem na revista). Nesse espaço os enunciados focalizam pessoas e fatos que marcaram a semana. Os enunciados são curtos e sem aprofundamento jornalístico.

**Holofote**

**“NÃO SOU NENHUMA PROFETISA, TÁ?”**

A novela *O Profeta*, da Rede Globo, tem como tema central a paranormalidade. Uma de suas protagonistas, a atriz **Carol Castro**, disse à repórter **Heloisa Joly** que morou em um castelo numa vida passada

**Veja – Você segue alguma religião?**

**Carol** – Peguei coisas de várias religiões e fiz a minha. Frequentei templo hare krishna, pratico budismo, acredito em Deus, em santos, na influência dos planetas, na força da natureza e no espiritismo.

**Veja – E em premonição, que é o tema de *O Profeta*?**

**Carol** – Também. Temos uma frequência e se sintonizarmos a estação cósmica certa podemos fazer contato com espíritos e seres de outro mundo. Isso é maior do que a nossa capacidade de entender, entende?

**Veja – Você já fez contato com espíritos ou com seres de outros mundos?**

**Carol** – Quando era criança, via luzes e espíritos. Esse tipo de coisa que toda criança vê. Cheguei a contar à minha mãe toda a minha vida passada. Sabe que eu morei num castelo, era casada e tinha uma mãe que fumava? O nome dela era Marcela.

**Veja – Você perdeu esses contatos?**

**Carol** – Não. Ainda tenho intuições. Mas não sou nenhuma profetisa, tá? Só temos o canal mais aberto para esse tipo de comunicação quando somos crianças.

**Veja – Por quê?**

**Carol** – Nesse período, ainda não fomos corrompidos pelo dinheiro e por este mundo sujo. Outro problema é que alguns pais reprimem o forte contato que as crianças têm com outros mundos. Graças a Deus, tive pais evoluídos.

**Carol: só falta acreditar que Lula não sabia**

O título caracteriza um enquadramento do discurso da entrevistada. É um trabalho estilístico-composicional da responsabilidade do autor. Esse recorte de uma parte da “fala” do entrevistado e que é ressaltado em outro espaço do enunciado, chama-se no jargão jornalístico de ‘olho’ ou ‘janela’.

O enunciado introdutório apresenta o papel social da entrevistada (atriz) e a esfera sócio-discursiva, revelando o espaço social de onde “fala” a entrevistada.

Indícios de autoria. Evidencia a função do jornalista na instância jornalística, nesse caso, repórter que pode ser considerada uma função “menor” na hierarquia da empresa jornalística se compararmos o jornalista-editor na entrevista com os presidenciáveis.

A inserção do nome da empresa jornalística evidencia indícios de autoria institucional que faz um “apagamento” da “fala” do jornalista.

O objeto do discurso centra-se na pessoa do entrevistado.

Conteúdo semântico-objetual da pergunta “umedecida” por ironia, revelando movimento de crítica à entrevistada.

Pergunta suscitada pela resposta anterior da entrevistada, constituindo um movimento dialógico característico da entrevista face a face, que é intercalada na entrevista pingue-pongue.

Contrapalavra da entrevistada que evidencia um movimento de defesa.

Inserção de fotografia (elemento pictórico) da entrevistada na lateral direita. A fotografia apresenta uma conotação “sensual” corroborando com o papel social da entrevistada (atriz da mídia televisiva).

Movimento de crítica à entrevistada. Insere um discurso “alheio”, ou melhor, um já-dito sobre o tema corrupção no governo.

Utiliza-se a extensão textual 1/3 que é o menor espaço destinado ao gênero. O número de perguntas e o espaço destinado às respostas são reduzidos.

“Transposição” da linguagem coloquial utilizada na entrevista face a face, que causa um “efeito” de intimidade e materializa um índice valorativo referente ao papel social do entrevistado, uma vez que não são em todas as entrevistas que se faz essas “transposições”.

O uso do pronome ‘você’ marca uma equivalência na relação assimétrica entre jornalista e entrevistada.

“Fala” da entrevistada que foi “enquadrada” no título da entrevista.

A alternância entre pergunta e resposta “simula” o gênero entrevista face a face, evidenciando a intercalação genérica.

Figura 16 - Exemplo de articulação das regularidades do gênero no material lingüístico-textual de uma entrevista pingue-pongue satélite.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa realizou uma análise interpretativa do gênero **entrevista pingue-pongue** do jornalismo de revista. A análise e a sistematização teórica das regularidades de constituição e funcionamento do gênero trazem uma contribuição efetiva para o campo de análise de gêneros e de ensino de língua portuguesa (Cf. mencionado na introdução desta dissertação).

Ao final do trabalho, podemos dizer que além de atingirmos o referido objetivo e visualizarmos a contribuição desta pesquisa para as áreas mencionadas, o processo teórico-metodológico trilhado até aqui se constitui em um avanço para o desenvolvimento de investigações de análise de gênero em uma perspectiva dialógica da linguagem. Assim, esta pesquisa mostra a viabilidade de se analisar os gêneros na perspectiva teórica bakhtiniana, conforme a proposta do projeto “Estudo dos gêneros do discurso jornalísticos: análises na perspectiva bakhtiniana da linguagem”, no qual se insere esta dissertação (Cf. Cap. 2).

O trabalho de Rodrigues (2001) norteou metodologicamente a análise e a apresentação dos dados: seguindo essa orientação, separamos a parte de análise da pesquisa em **dimensão social** e **dimensão verbal** do gênero. Segundo Rodrigues (2001), essa proposta se justifica somente para fins de pesquisa, haja vista o caráter indissociável dessas duas dimensões na materialização do enunciado concreto. Mas, apesar de termos partido dessas duas “grandes” categorias prévias de análise, podemos afirmar que, durante o percurso metodológico e analítico, as regularidades apreendidas no gênero **entrevista pingue-pongue** não foram fruto de categorias de análise prontas de antemão; pelo contrário, foram resultado do exercício de buscar, nos dados, as regularidades do gênero.

A pesquisa mostrou-nos que empreender uma análise de gêneros tendo como embasamento teórico e metodológico a teoria dialógica de linguagem de Bakhtin exige um

olhar aguçado do pesquisador para as pistas que os dados apresentam, tendo em vista que as regularidades “afloram” de cada gênero e que não se pode, por exemplo, “aplicar” as regularidades apreendidas de um gênero para a análise de outro, pois cada gênero se assenta sobre um diferente cronotopo, o que leva a regularidades próprias. Dessa maneira, mesmos os gêneros de uma dada esfera, como a jornalística, apresentam regularidades genéricas diferenciadas. Nesse sentido, as regularidades da **entrevista pingue-pongue** são diferentes, por exemplo, das regularidades dos gêneros artigo assinado ou carta do leitor - por isso, são gêneros distintos- ; o que se pode fazer, e é o que ocorreu nesta pesquisa, é estabelecer, em alguns momentos, comparações entre o gênero em análise outros gêneros já analisados: por exemplo, em algumas situações, fizemos referência ao trabalho de Rodrigues (2001), que analisou o gênero artigo assinado.

Além disso, destacamos que esta pesquisa respondeu a questões importantes sobre a dinâmica e o funcionamento do gênero **entrevista pingue-pongue** no jornalismo de revista, conforme apresentado na seção 4.4, mas não esgotou todas as questões que foram emergindo dos dados, uma vez que estas ultrapassavam os objetivos de pesquisa; por isso, esse diálogo não se encerra aqui. Há, nesse tema, questões teóricas que podem suscitar novas pesquisas, como, por exemplo: a) o estudo do processo de produção e de textualização do gênero **entrevista pingue-pongue** do jornalismo de revista, tendo como enfoque a hipótese de que a **entrevista face a face** e a **entrevista pingue-pongue** constituem-se em gêneros distintos e não um “*continuum*” (embora haja relações dialógicas inextricáveis entre eles); b) o estudo do **discurso citado do entrevistado** na entrevista face a face em outros gêneros como reportagem, notícia etc., tendo como foco o processo de enquadramento e valoração do discurso do entrevistado; c) e, como citado anteriormente, a elaboração didática do **gênero entrevista pingue-pongue** para o ensino de línguas.

Assim, concluimos esta pesquisa antecipando a emergência de novas compreensões ou novas perguntas que dêem seqüência ao diálogo aqui iniciado, seja para ampliar a análise desenvolvida, para refutá-la, contestá-la, enfim, para “lançar” contrapalavras ao nosso dito.

## REFERÊNCIAS

ALVES FILHO. A autoria institucional nos editoriais de jornais. **Alfa**, São Paulo, v. 50 (1), p. 77-89, 2006. Disponível em: [http://www.alfa.ibilce.unesp.br/download/v50/07\\_ALVESFILHO.pdf](http://www.alfa.ibilce.unesp.br/download/v50/07_ALVESFILHO.pdf). Acesso em 21 de maio 2007.

ALVES DA SILVA, S. Um estudo da entrevista baseado na análise de gêneros lingüísticos. **The ESPECIALIST**, São Paulo, v. 12, nºs 1 e 2, p. 121-143, 1991.

AUGUSTI, Alexandre Rossato. **Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista *Veja***. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005.

BAKHTIN, Mikhail M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997a.

\_\_\_\_\_. O discurso em Dostoiévski. In: \_\_\_\_\_. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 2. ed. rev. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997b.

\_\_\_\_\_. Apontamentos de 1970-1971. In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003a. p. 367- 392.

\_\_\_\_\_. O problema do autor. In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003b. p. 173 - 192.

\_\_\_\_\_. O problema do texto na lingüística, na filosofia e em outras ciências humanas. In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003c. p. 307- 335.

\_\_\_\_\_. Os gêneros do discurso. In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003d. p. 261 - 306.

\_\_\_\_\_. O tempo e o espaço nas obras de Goethe. In: \_\_\_\_\_. **Estética da criação verbal**. Tradução do russo por Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003e. p. 225 - 258.

\_\_\_\_\_. Para uma filosofia do ato. Tradução inédita [para fins didáticos] de Carlos Alberto Faraco e Cristóvão Tezza da edição americana **Toward a Philosophy of the Act** (Autin: University of Texas Press, 1993).

\_\_\_\_\_. **Questões de literatura e estética: a teoria do romance**. Tradução do russo por Forni Bernarni et al. 4. ed. São Paulo: Hulcitech/Ed. UNESP, 1998.

\_\_\_\_\_. VOLOSCHINOV, V. N. **Discurso na vida e discurso na arte** (sobre a poética sociológica). Tradução de Carlos Alberto Faraco & Cristóvão Tezza [para fins didáticos]. Versão da língua inglesa de I. R. Titunik a partir do original russo, 1926.

\_\_\_\_\_. **Marxismo e filosofia da linguagem:** problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução do francês por Michel Lahud e Yara F.Vieira 11. ed. São Paulo: Hucitec, 2004.

BONINI, Adair. **Entrevista por e-mail:** pragmática de um gênero (des)conhecido ou problemas comunicativos na variação do gênero. Revista de Letras, Fortaleza - CE, v. 22, n. 1/2, p. 5-13, 2000.

BRASIL. SEF. **Parâmetros curriculares nacionais:** terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: língua portuguesa. Brasília: MEC/SEF, 1998.

BRAIT, Beth. **A construção do sentido:** exemplo fotográfico persuasivo. Líbero, São Paulo, v. 06, n. 11, p. 44-49, 2004.

CARTACAPITAL, Redação da revista. **Apresentação Institucional.** 05 dez. 2006a. [Obtido via *e-mail*].

CARTACAPITAL, Redação da revista. **Dados da revista CartaCapital.** 05 dez. 2006b. [Obtido via *e-mail*].

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo:** idéias lingüísticas do círculo de Bakhtin. Curitiba: Criar edições, 2003.

\_\_\_\_\_. Autor e autoria. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin:** conceitos-chave. 4. ed. São Paulo: Contexto, p. 37- 60, 2007.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual da redação.** 6. ed. São Paulo: Publifolha, 2006.

FREITAS, Jorge Roberto Martins. **A entrevista nas páginas amarelas da revista Veja:** a imagem do milagre econômico sob o ponto de vista do primeiro *newsmagazine*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1989.

GARCIA, Luiz. **O Globo:** manual de redação e estilo. 25. ed. São Paulo: Globo, 1998.

GERALDI, João Wanderley. In: **SEMINÁRIO BAKHTIN: LINGUAGEM E SUJEITO, ENTRE A ÉTICA E A ESTÉTICA.** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

GUEDES CAPUTO, Stela. **Sobre entrevistas:** teoria, prática e experiências. Petrópolis: Vozes, 2006.

HAESER, Márcia Elisa. **O ensino aprendizagem da leitura no ensino médio:** uma proposta a partir de oficina como gênero carta do leitor. Dissertação de mestrado. PGL. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

HOFFNAGEL, Judith Chambliss. Entrevista: uma conversa controlada. In: Dionísio, Ângela Paiva; Machado, Anna Rachel; Bezerra, Maria Auxiliadora. **Gêneros textuais & ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, p. 180 - 193, 2005.

IVC, Instituto verificador de circulação. Disponível em: <http://www.circulacao.org.br/scripts/ijeweb.cgi/iniciar>. Acesso em 05 de dez. 2006.

\_\_\_\_\_. **Dados de circulação das revistas:** CartaCapital, ISTOÉ e Veja. 25 maio 2007. [Obtido via *e-mail*].

ISTOÉ, Redação da revista. **Dados da revista ISTOÉ.** 12 set. 2006. [Obtido via *e-mail*].

KOMESU, F. C. *Blogs e as práticas de escrita sobre si na Internet.* In: MARCUSCHI, L. A. e XAVIER, A. C. (Orgs.). **Hipertexto e gêneros digitais:** novas formas de construção do sentido. Rio de Janeiro: Lucerna, p.110 -119, 2005.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo:** Norte e Sul: manual de comunicação. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia.** 3 ed. Florianópolis: Insular, Ed. da UFSC, 2001.

\_\_\_\_\_. **Estrutura da Notícia.** São Paulo: Ática, 2004.

MEDEIROS, Ana Lúcia Gomes. **Pasquim, anos 70 & entrevista, um jogo de poder e sedução.** Tese de doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2003.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo opinativo:** gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MAIESKI, Márcio Norberto. **O gênero do discurso artigo como objeto de ensino-aprendizagem:** uma proposta de integração da prática de produção textual à leitura e à análise lingüística. Dissertação de mestrado. PGL. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. **Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo.** São Paulo: 1997.

MEDINA, Cremilda de Araújo. Entrevista, gênero jornalístico? In: MARQUES DE MELO. **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo.** São Paulo: FTD, p. 101-110, 1992.

\_\_\_\_\_. **Entrevista:** o diálogo possível. 4. ed. São Paulo: Ática, 2002.

OLIVEIRA, Ana Tereza Pinto de. O gênero entrevista na imprensa escrita e sua relação com as modalidades da língua. **Idade média,** São Paulo, v.1, p. 111-116, 2002.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. “Frases”: caracterização do gênero e aplicação pedagógica. In: Dionísio, Ângela Paiva; Machado, Anna Raquel; Bezerra, Maria Auxiliadora (Orgs.). **Gêneros textuais & ensino.** Rio de Janeiro: Lucerna, p. 180 - 193, 2002.

PUBLICIDADE. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=47>. Acesso em 24 maio 2007.

RODRIGUES, Rosângela Hammes. **A constituição e o funcionamento do gênero jornalístico artigo: cronotopo e dialogismo.** Tese de doutorado. LAEL. Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2001.

\_\_\_\_\_. Os gêneros do discurso na perspectiva dialógica da linguagem: a abordagem de Bakhtin. In: Meurer, José Luiz; Bonini, Adair; MOTA-ROTH, Désirée. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos e debates.** São Paulo: Parábola Editorial, p. 152-183, 2005.

ROJO, Roxane. Gêneros do discurso e gêneros textuais: questões teóricas e aplicadas. In: Meurer, José Luiz; Bonini, Adair; MOTA-ROTH, Désirée. (Orgs.). **Gêneros: teorias, métodos e debates.** São Paulo: Parábola Editorial, p.184-207, 2005.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista.** São Paulo: Contexto, 2003.

SOUZA, Geraldo Tadeu; BRAITH, Beth. **A construção da metalingüística.** Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso.** Florianópolis: Letras contemporâneas, 2005.

TODOROV, Tzvetan. **Os gêneros do discurso.** São Paulo: Martins Fontes, 1980.

VANNUCHI, Camilo. **A entrevista pingue-pongue no jornalismo de revista.** Entrevista concedida via *e-mail* em 12 set. 2006.

\_\_\_\_\_. **Condições de produção de uma revista semanal.** Entrevista concedida via e-mail em 02 de fev. 2007a.

\_\_\_\_\_. **Processo de produção da entrevista pingue-pongue.** Entrevista concedida via e-mail em 03 de maio. 2007b.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista.** São Paulo: Summus Editorial, 1996.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS DOS DADOS DE PESQUISA

A EPIDEMIA da hiperatividade. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 39, 11 de out. 2006.

A RECEITA das francesas. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 42, 25 de out. 2006.

ALVES FILHO, Francisco. Meta fiscal será mantida. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006a.

\_\_\_\_\_. Vamos estender a banda larga. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006b.

AS COMPRAS do Senado são fraudulentas. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1930, 18 de out. 2006.

BALTAZAR, Ana Paula, As máquinas vão pensar. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 18 de out. 2006.

BELLUZZO, Luiz Gonzaga. Terra dos senhores. **CartaCapital**. São Paulo: Editora Confiança, ano XIII, n. 418, 08 de nov. 2006.

BELTRÃO, Nirlando. O diabo não é como o pintam. **CartaCapital**. São Paulo: Editora Confiança, ano XIII, n. 413, 04 de out. 2006.

BRASIL, Sandra. Auto-retrato: Nizan Guanaes. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 44, 08 de nov. 2006.

CABRAL, Otávio. Só voltar a ser oposição salva o PT. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 40, 11 de out. 2006.

CARELLI, Gabriela. O guru do verde. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 40, 11 de out. 2006a.

\_\_\_\_\_. Viemos IV Guerra. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 43, 01 de nov. 2006b.

CARTA, Gianni. Derrocada republicana. **CartaCapital**. São Paulo: Editora Confiança, ano XIII, n. 417, 01 de nov. 2006.

CÔRTEZ, Celina. O governo será de coalizão. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006.

DAMIANI, Marco. Será o fim do partido verde? **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1928, 04 de out. 2006.

\_\_\_\_\_. ; STUDART, Hugo. O PT tem que conversar com todo mundo. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1931, 25 de out. 2006.

É PRECISO pensar como rico. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 18 de out. 2006.

ELES têm tudo, mas não seguem regras. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 40, 11 de out. 2006.

ESCOSTEGUY, Diego. O alerta global. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 44, 08 de nov. 2006.

EU sou terrível. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 43, 01 de nov. 2006.

JOLY, Heloisa. Traem e culpam o marido. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 39, 04 de out. 2006.

\_\_\_\_\_. Quero alguém embagulhando. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 40, 11 de out. 2006.

\_\_\_\_\_. Não sou nenhuma profetisa, tá? **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 43, 01 de nov. 2006.

KURZWEIL, Ray. Seremos meio máquinas. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1929, 11 de out. 2006.

LAGO, Rudolfo. No Brasil há excesso de falta de ética. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1932, 01 de nov. 2006a.

\_\_\_\_\_. O Brasil pisou no freio. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1928, 04 de out. 2006b.

LOBATO, Eliane. Não agüento a cara deles. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1930, 18 de out. 2006.

MANZO, Paolo. Homem de ação. **CartaCapital**. São Paulo: Editora Confiança, ano XIII, n. 417, 01 de nov. 2006.

MARQUES, Hugo. O país não aceita retrocessos. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006.

O BASIL está se suicidando. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 2006, 18 de out. 2006.

O DESAFIO é massificar. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 18 de out. 2006.

O PULO da pantera. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 39, 11 de out. 2006.

PADGETT, Tim. O som e a fúria. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1928, 04 de out. 2006.

PEREIRA, Camila. Lula não terá meu perdão. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 18 de out. 2006.

PINHEIRO, Daniela. Engana que eu gosto! **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 41, 18 de out. 2006.

PORTELA, Fábio. Se eu fosse bicheiro, já teriam me flagrado. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 44, 08 nov. 2006.

RODRIGUES, Alan. Voto não tem ideologia, tem interesse econômico. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006.

SACHS, Andréa. Sobrevivente do ROCK. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 18 de nov. 2006.

SCHELP, Diogo. A vingança de Gaia. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 42, 25 de out. 2006.

STUDART, Hugo. Não sou ortodoxo. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006a.

\_\_\_\_\_. Sempre fui contra a reeleição. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1928, 04 de out. 2006b.

TEIXEIRA, Jerônimo. Auto-retrato: Jimmy Carter. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 42, 25 de out. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Roberto Jeferson. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1928, 04 de out. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Paulo Maluf. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1929, 11 de out. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Paulo Vilarinho. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1930, 18 de out. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Ernesto Heizelmann. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1931, 25 de out. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Paulo Tarso Flecha de Lima. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1932, 01 de nov. 2006.

TOMA-LÁ-DÁ-CÁ com Agenor Álvares. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006.

UM autor dividido, mas sorridente. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 43, 01 de nov. 2006.

VANNUCHI, Camilo. Proibir alguém de se enamorar é crime. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1930, 18 de out. 2006.

VILLAMÉA, Luiza. Elo com a sociedade crescerá. **ISTOÉ**. São Paulo: Três Editorial, n. 1933, 08 de nov. 2006.

ZAKABI, Rosana. Elas sofrem demais. **Veja**. São Paulo: Editora Abril, ano 39, n. 39, 11 de out. 2006.

## **ANEXOS**

## Anexo 1 - Entrevistadores e entrevistados da revista CartaCapital<sup>144</sup>

<b>Data de Edição</b>	<b>Entrevistador/jornalista</b>	<b>Entrevistado e papel social</b>	<b>Código</b>
04/10/06	Nirlando Beirão	Patrícia Carta - editora da revista Vogue no Brasil	C1
01/11/06	Paolo Manzo	Muhammad Yunus - professor e vencedor do Nobel da Paz em 2006.	C2
01/11/2006	Gianni Carta	Gwyn Prins - professor de história da London School of Economics e da Columbia University em Nova York	C3
08/11/06	Luiz Gonzaga Belluzzo	Domenico Losurdo - filósofo italiano	C4

---

<sup>144</sup> As edições: 11/10/06, 18/10/06 e 25/10/06 da revista **CartaCapital** não apresentaram nenhuma incidência do gênero **entrevista pingue-pongue**.

## Anexo 2 - Entrevistadores e entrevistados da revista ISTOÉ

<b>Data de Edição</b>	<b>Entrevistador/jornalista</b>	<b>Entrevistado e papel social</b>	<b>Código</b>
04/10/06	Marco Damiani	José Luiz Penna - político, presidente do partido verde (PV)	I1
04/10/06	Marco Damiani	Luiz Inácio Lula da Silva – presidente e candidato à re-eleição	I2
04/10/06	Rudolfo Lago	Geraldo Alckmin - candidato à presidência	I3
04/10/06	Tim Padgett (páginas da TIME)	Hugo Chávez - líder venezuelano	I4
11/10/06	Julio Wiziack	Ray Kurzweil - cientista americano	I5
18/10/06	Eliane Lobato	João Ubaldo Ribeiro - escritor	I6
18/10/06	∅	Adolfo Rodrigues - empresário (denunciou fraudes no senado)	I7
18/10/06	Camilo Vannuchi	José Ângelo Gaiarsa - psiquiatra	I8
25/10/06	Hugo Studart e Marco Damiani	Jaques Wagner - político, é deputado federal, foi ministro do trabalho do governo Lula, e atualmente, é governador da Bahia	I9
01/11/06	Rudolfo Lago	Jeferson Péres - político, atualmente é senador	I10
08/11/06	Alan Rodrigues	Delfim Netto - político, ex-ministro e conselheiro do presidente Lula	I11
08/11/06	Hugo Studart	Guido Mantegua - ministro do governo Lula	I12
08/11/06	Francisco Alves Filho	Dilma Rousseff - ministra do governo Lula	I13
08/11/06	Luiza Villaméa	Luiz Dulci - ministro do governo Lula	I14
08/11/06	Hugo Marques	Márcio Thomaz Bastos - ministro do governo Lula	I15
08/11/06	Celina Côrtes	Tarso Genro - ministro do governo Lula	I16
08/11/06	Francisco Alves Filho	Hélio Costa - ministro do governo Lula	I17
08/11/06	Andréa Sachs (páginas da TIME)	David Crosby - cantor/compositor americano	I18
04/10/06	∅	Roberto Jeferson - político, presidente do PTB	I19
11/10/06	∅	Paulo Maluf - político, deputado federal	I20
18/10/06	∅	Paulo Vilarinho - diretor do Departamento de controle do espaço aéreo brasileiro	I21
25/10/06	∅	Ernesto Heinzelmann - presidente do conselho empresarial Brasil-China	I22
01/11/06	∅	Tarso Flecha de Lima - consultor internacional	I23
08/11/06	∅	Agenor Álvares - ministro da saúde	I24

### Anexo 3 - Entrevistadores e entrevistados da revista Veja

<b>Data de Edição</b>	<b>Entrevistador/jornalista</b>	<b>Entrevistado e papel social</b>	<b>Código</b>
04/10/06	Rosana Zakabi	Greg Behrendt – roteirista de cinema (americano)	V1
04/10/06	∅	Maria Alice Vergueiro - atriz	V2
04/10/06	∅	Edward M. Hallwell - psiquiatra	V3
04/10/06	Heloisa Joly	Mirian Goldenberg - antropóloga que estuda a infidelidade feminina	V4
11/10/06	Gabriela Carelli	Al Gore – ex-vice-presidente dos EUA	V5
11/10/06	Otávio Cabral	Aécio Neves - governador de Minas Gerais	V6
11/10/06	∅	Susan Linn, psicóloga (americana)	V7
11/10/06	Heloisa Joly	Monique Evans – ex-modelo e apresentadora de TV	V8
18/10/06	Daniela Pinheiro	David Livingstone Smith – filósofo (americano)	V9
18/10/06	Camila Pereira	Helena Moraes - mãe da senadora Heloísa Helena	V10
18/10/06	∅	Fabio Giambigi - economista	V11
18/10/06	∅	Harv Eker – autor de livro americano	V12
18/10/06	∅	Nicholas Negroponte - cientista da computação (americano)	V13
18/10/06	Ana Paula Baltazar	Doyne Farmer – professor/cientista (americano)	V14
25/10/06	Diogo Schelp	James Lovelock – cientista (inglês)	V15
25/10/06	∅	Mireille Guiliano – executiva e autora de livros	V16
01/11/06	Gabriela Carelli	Eliot Cohen – historiador e professor da Universidade Johns Hopkins (EUA) e consultor do Pentágono	V17
01/11/06	Heloisa Joly	Carol Castro – atriz	V18
01/11/06	∅	Luciana Vendramini - atriz	V19
01/11/06	∅	Orhan Pamuk – autor turco, vencedor do prêmio Nobel de Literatura	V20
08/11/06	Diogo Escosteguy	Nicholas Stern – economista (inglês)	V21
08/11/06	∅	Nizan Guanaes – publicitário e “novo magro”	V22
08/11/06	Fábio Portela	Mário Couto – senador, acusado de estar envolvido com o jogo do bicho	V23
25/10/06	Jerônimo Teixeira (por telefone)	Jimmy Carter – ex-presidente dos EUA	V24



## Anexo 4 - Entrevista com o vencedor do Prêmio Nobel da Paz Muhammad Yunus (CartaCapital)

Especial

# Homem de ação

A PAOLO MANZO



**A exclusão social** aflixe populações no mundo todo. Alguns países têm se esforçado para mudar o quadro de desigualdade no qual os pobres – sem educação, sem saúde, sem moradia – lutam pela sobrevivência e por um lugar no mercado de trabalho. As alternativas são escassas. Ou se vive em condições absolutamente precárias, abaixo do nível de pobreza, ou se parte para a informalidade. Uma das alternativas que vêm ganhando espaço e projeção é o microcrédito. E foi justamente essa bandeira que deu a Muhammad Yunus o Nobel da Paz de 2006.

Desde 13 de outubro o professor Yunus é também ganhador do Nobel da Paz, juntamente com o Grameen Bank. “Esse prêmio é uma espécie de afirmação internacional para tudo que tentamos afirmar por 30 anos”, explica a CartaCapital, encontrado por telefone em Daca poucas horas depois de saber que tinha sido o escolhido pela academia.

Professor de Economia e Política de Bangladesh, Muhammad Yunus perguntava-se, enquanto ensinava, que sentido teriam suas teorias econômicas se elas não podiam resolver os problemas de seu povo, sob as lâstimas da pobreza. Isso aconteceu há três décadas. Em 1976, teve a idéia de fundar o Grameen Bank, conhecido universalmente como o “banco dos

**POBREZA** Vencedor do Nobel da Paz de 2006, o bengalês Muhammad Yunus é a prova de que o investimento social pode trazer resultados

pobres”. O objetivo da instituição é conceder créditos pequenos – ou seja, microcréditos – aos mais miseráveis do seu país, e do qual todas as ONGs e muitas outras organizações tiraram ensinamentos. Desde então a instituição se tornou um chamariz para aqueles que quisessem se aproximar do instrumento do microcrédito.

**CartaCapital:** O que representa esse Nobel da Paz, para a senhor e para o Grameen Bank?

**Muhammad Yunus:** Foi um reconhecimento muito significativo para nós e para o instrumento do microcrédito, porque estamos procurando promover uma idéia, uma missão em cuja base encontra-se o desaparecimento, o fim da pobreza no mundo. Esse prêmio nos facilitará muito a alcançar diretamente os políticos e seus conselheiros econômicos, os governos e, naturalmente, também a comunidade bancária internacional.

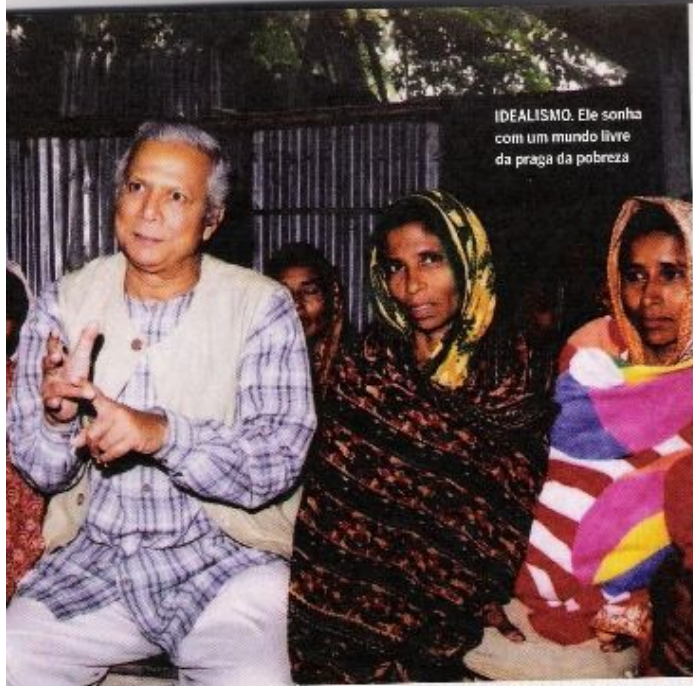
**CC:** Não é otimismo em demasia?

**MY:** Sim, é verdade. Mas graças ao Nobel o



**PROJETO INOVADOR** Criador do Grameen Bank, conhecido como o “banco dos pobres”, o professor tem conseguido tirar muita gente da miséria

10 CARTACAPITAL 13 DE NOVEMBRO DE 2006



**IDEALISMO.** Ele sonha com um mundo livre da praga da pobreza

que nós sentíamos mais profundamente, na missão da empresa foi demonstrado que deve ser levado até o fim. O nosso trabalho será mais fácil. O prêmio dado a mim e ao Grameen Bank torna mais acessível para muita gente o fato de que a luta contra a pobreza em nível mundial é um imperativo irrevogável. Além disso, se não tivesse sido otimista, não teria inventado o microcrédito nem fundado o Grameen Bank.

**CC:** O senhor não teme que um Nobel da Paz, e não da Economia, possa tirar a atenção da mídia dos excelentes resultados econômicos que o microcrédito teve nas últimas três décadas?

**MY:** Existem dois aspectos pelos quais o prêmio nos foi concedido. Um de caráter econômico, o outro pela paz, que é estreitamente ligado ao primeiro. Claro, o prêmio poderia também ter sido de Economia, mas o comitê de avaliação para o Nobel da Paz nos escolheu antes. Talvez, porque a ausência da pobreza é estreitamente ligada à ausência de guerras e, portanto, à paz.

**CC:** Portanto foi uma escolha e para o senhor está tudo certo, não?

**MY:** Certamente estamos felizes pelo re-

conhecimento. Mesmo porque, sinceramente não creio que um Nobel da Paz causará problemas ou deixará em segundo plano o fato de o instrumento do microcrédito ser algo muito bom. Aliás, o contrário é verdade: nós podemos continuar com a nossa atividade empresarial e é importante que as pessoas prestem cada vez mais atenção ao que nós fazemos e, sobretudo, à nossa missão.

**CC:** O senhor poderia fazer uma síntese dessa missão?

**MY:** Criar um mundo livre da pobreza, freqüentemente uma inimiga da paz. Isso é um objetivo pelo qual todos nós devíamos lutar, unindo as forças de todos nós que operamos no setor bancário.

**CC:** Quais são as iniciativas econômico-sociais que o senhor tem a intenção de lançar nos próximos meses?

**MY:** Temos um monte de novas iniciativas econômicas prontas, a começar pela chamada social business enterprise.

**CC:** Do que se trata?

**MY:** De uma empresa criada não para maximizar os lucros, mas com uma missão declarada de maximizar os benefícios

para as pessoas para as quais ela se volta, sem acarretar prejuízo.

**CC:** Levando em conta a história econômica, isso pode se tornar outro instrumento revolucionário, como o microcrédito, lançado há 30 anos?

**MY:** Claro, e no meu entendimento existem muitos setores que podem ser orientados a fazer o bem para as pessoas. O Grameen Bank aposta muito na social business enterprise, porque sustentamos que é possível criar um novo setor com empresas guiadas por objetivos sociais, sem prejuízos de bens divididos, mas benefícios diluídos entre as pessoas.

**CC:** Existem exemplos concretos de social business enterprises?

**MY:** Sim, a começar pela Grameen Danone Foods Social Business Enterprise, nascida há poucos meses em Bangladesh e que é uma joint venture de iguais partes entre os dois grupos, Danone e Grameen, cujo objetivo é fornecer uma alimentação diária e saudável aos pobres do meu país através da implementação de um modelo único de empresa. Um pequeno projeto para dar o pontapé inicial na social business enterprise que, mesmo assim, contém a semente de um novo setor de negócios que, no meu entendimento, pode verdadeiramente mudar alguns fundamentos da economia mundial.

**CC:** Qual é o seu próximo sonho guardado na gaveta?

**MY:** Certamente a criação de um mundo livre da praga da pobreza.

**CC:** Fácil dizer... qual é a sua receita?

**MY:** Para um mundo sem pobreza é necessário que os cerca de 200 países que o compõem se libertem dessa praga. Por que não poderia ser, por exemplo, a Suíça o primeiro país a se declarar livre da pobreza? Se isso acontecesse o mundo tomaria o exemplo dela e, claro, um outro país a seguiria, declarando-se o segundo país do mundo livre da pobreza. Somente assim poderíamos criar um círculo virtuoso: agindo todos juntos é possível atingir o objetivo. Pronto, esse é o meu sonho de hoje. Talvez seja um visionário, mas acredito que hoje seja fundamental ser um. ■

**VISIBILIDADE INTERNACIONAL** "É importante que as pessoas prestem cada vez mais atenção ao que nós fazemos e, sobretudo, à nossa missão"

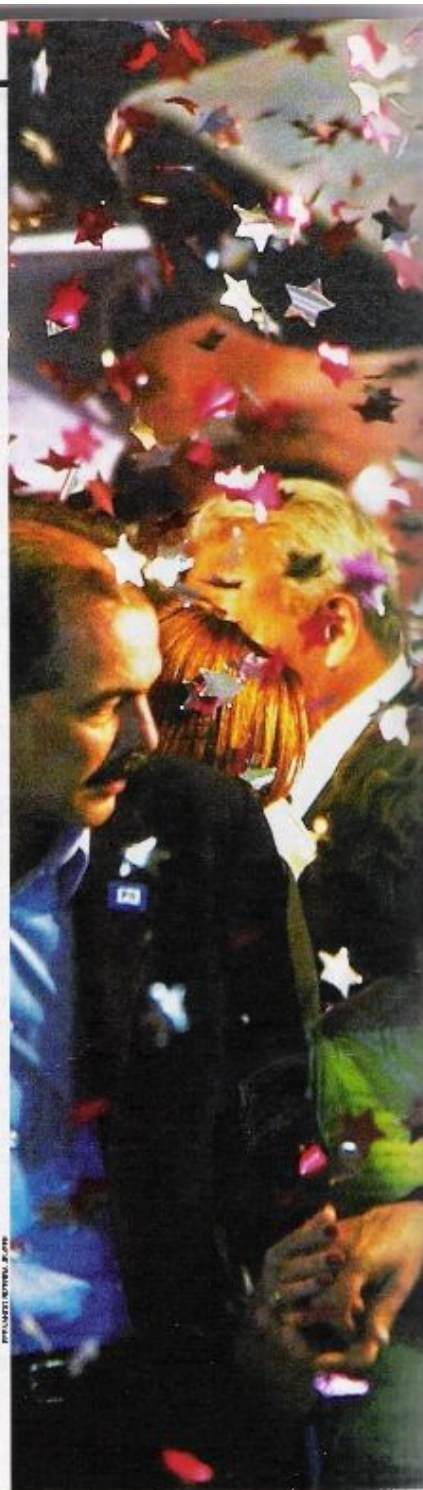
Eleições 2006

# “SEMPRE FUI CONTRA A REELEIÇÃO”

**Lula diz em entrevista a ISTOÉ que, no que depender dele, o mandato de presidente vai voltar a ser de cinco anos e defende a reforma política**

por Hugo Studart

**O** presidente Lula tem atravessado dias agitados. Na reta final da campanha, ele decidiu sair às ruas para estreitar a linha direta com o povão, sua base política, e desta forma tentar resolver a eleição neste domingo, já no primeiro turno. Lula chegou a comparecer a seis comícios em seis dias, em São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Num único dia, segunda-feira 25, convocou de surpresa três rádios de alcance nacional para dar três diferentes entrevistas. Por intuição, chegou a parar o carro na porta do Palácio da Alvorada para conversar com eleitores. Na quinta-feira 28, último dia de campanha, tomou sua decisão mais difícil: resolveu faltar ao debate entre os candidatos promovidos pela Globo. Sua cadeira ficou vazia. Em compensação, compareceu ao comício de encerramento em São Bernardo do Campo, seu berço político. Toda essa movimentação fez parte de uma mudança de última hora na estratégia. Lula vinha evitando a campanha aberta, aparecendo mais como presidente do que como candidato. Ocorre que começou a perder eleitores por causa do mais recente escândalo que o PT lhe arrumou. Isso o levou a fazer reuniões diárias com seu conselho político. Cobrou dados de pesquisas várias vezes ao dia. Concluiu que neste domingo as urnas lhe trarão a reeleição. À ISTOÉ, o presidente Lula, na reta final da campanha, concedeu a entrevista que está nas próximas páginas.





**AGITAÇÃO  
E ALEGRIA**  
Lula aumentou  
número de  
comícios  
na reta final

# ENTREVISTA COM Luiz Inácio

**ISTOÉ – Como o sr. planeja governar junto com o Congresso, diante do desgaste sofrido pelos parlamentares e da possibilidade de esse mesmo Congresso não atuar de forma majoritária na votação de pautas?**

**Luiz Inácio Lula da Silva** – Se reeleito, vou assumir pessoalmente a construção das alianças que o governo tem de fazer para garantir uma base de sustentação no Congresso e levar adiante os projetos necessários para continuar mudando o Brasil. Vou conversar com os aliados, com o PMDB, com outros partidos políticos e com os governadores. É assim que vamos construir as condições políticas para dar ao País a tranquilidade de que ele necessita. Além disso, o País precisa urgentemente de uma reforma política, que fortaleça os partidos e a identidade entre o voto do eleitor e um projeto nacional. Uma reforma que construa mecanismos para corrigir as distorções hoje existentes no sistema político. O papel do Partido dos Trabalhadores será o de liderar uma coalizão e ampliar o diálogo interno e externo, sempre tomando por base o nosso programa de governo. Nós vamos governar o País, portanto, com as forças políticas que estão nos apoiando nas eleições, mas estaremos dispostos a fazer quantos acordos forem necessários com a oposição sobre questões de interesse nacional.

**ISTOÉ – O gargalo do crescimento já vem sendo apontado como o mais grave já enfrentado pelo País. Há pelo menos uma década o crescimento tem sido residual diante do resto do mundo. Qual o seu plano para mudar esse processo?**

**Lula** – A situação econômica do País é segura e estou convencido de que ela vai melhorar cada vez mais. É preciso lembrar o que a política econômica do nosso governo conseguiu nesses três anos e meio. Depois de anos de inflação alta, desequilíbrios orçamentários e nas contas externas, finalmente conseguimos colocar a economia brasileira na rota do crescimento sustentado. Temos, hoje, um conjunto de fatores positivos: crescimento econômico com inflação baixa e geração de empregos, expansão das exportações com ampliação do mercado interno, aumento do crédito e do investimento com redução constante da taxa de juros e do risco-

dro partidário, devido à cláusula de barreira, estou convencido de que o Brasil precisa fazer a reforma política com urgência. Ela é a mãe de todas as reformas. Nosso governo sempre teve consciência disso, embora a iniciativa e deliberação a respeito do assunto caibam ao Legislativo e não ao Executivo. De toda forma, tivemos que atender a outras prioridades, como vocês sabem, porque recebemos um país praticamente quebrado. Agora, felizmente, já colocamos o Brasil nos eixos. E nossa democracia completou um ciclo muito importante, no qual todos os grandes partidos foram governo. Por isso, acredito que existam todas as possibilidades de

aprovar uma reforma política e eleitoral, com fidelidade partidária, financiamento público de campanhas e fim da reeleição.

**ISTOÉ – O ex-governador Adhemar de Barros uma vez definiu que não existe abismo do tamanho do Brasil. Gostáramos de saber do sr.: que Brasil estamos construindo e a que Brasil iremos chegar ao final do próximo mandato.**

**Lula** – O Brasil é de fato um grande país, com um povo extraordinário, e tem todas as condições de superar as limitações históricas a que vem sendo submetido por grande parte de suas elites dominantes. Para isso, o papel do presidente da República é muito importante. Ele tem que conhecer os problemas e a alma do povo, para governar com a cabeça e com o coração, como temos procurado fazer. As dificuldades, contudo, são enormes porque há aqueles setores das elites que têm se beneficiado desde sempre com a desigualdade e a miséria do povo – e resis-

“ O Brasil precisa fazer a reforma política com urgência. Ela é a mãe de todas as reformas

Há setores da elite que resistem às mudanças, apelando para mentiras e calúnias ”

país. Essa combinação de fatores é excepcional na história do Brasil. A política econômica bem-sucedida vai continuar, só que agora em uma nova fase: superados os desequilíbrios e controlada a inflação, estamos em condições de caminhar para uma taxa de crescimento mais vigorosa, continuando a baixar os juros.

**ISTOÉ – Com a cláusula de barreira, uma nova realidade política se estabelece no Brasil. Como o sr. projeta o processo democrático brasileiro a partir desse quadro?**

**Lula** – Além da reconfiguração do qua-

# Benefício LULA da Silva



“

O Fernando Henrique Cardoso vai carregar pelo resto da vida o gesto irresponsável de aprovar a reeleição em benefício próprio

◆  
Em qualquer área nosso governo, em quatro anos, fez mais que o anterior em oito anos

◆  
Governamos para 190 milhões de brasileiros, mas damos atenção especial para a maioria pobre da população

”

tem às mudanças, apelando para tudo quanto é artifício, mentiras e calúnias.

**ISTOÉ** – Qual a sua opinião sobre o voto distrital, sobre o fim do mecanismo da reeleição e sobre o modelo de bipolaridade partidária, ou seja, de dois partidos, nos moldes do sistema americano?

Lula – Acredito que devemos debater a questão do voto distrital no âmbito das discussões sobre a reforma política. Quanto à reeleição, sou contra, como sempre fui, e espero que possamos voltar ao mandato de cinco anos, sem direito à reeleição. Aliás, o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso vai carregar pelo resto da vida o gesto irresponsável de ter aprovado a reeleição em benefício próprio. Em relação à bipolaridade partidária, não me parece que essa seja a tendência aqui no Brasil. Você pode vir a ter dois partidos mais fortes, mas sempre teremos outros, de peso relativo maior ou menor, que vão configurar o espectro de posições político-ideológicas da nossa sociedade.

**ISTOÉ** – No que o seu governo pode ser melhor do que o do seu adversário?

Lula – Em qualquer área – na economia, na geração de empregos, na distribuição de renda, nas políticas sociais, na infra-estrutura, na participação democrática da sociedade, na política externa, no combate à corrupção, na segurança pública – nosso governo, em menos de quatro anos, fez muito mais do que o governo anterior em oito anos. No segundo mandato, depois que arrumamos a casa, o Brasil vai dar um salto de qualidade. Nós governamos para 190 milhões de brasileiros, mas damos atenção especial à grande maioria mais pobre da população. E esta é a diferen-

ça histórica: estamos mudando as políticas públicas para corrigir injustiças praticadas há tanto tempo por setores das elites brasileiras. Eles só sabem governar para menos de 30 milhões de brasileiros. O compromisso deles é com essas elites.

**ISTOÉ – A partir do programa assistencialista do Bolsa Família, qual o passo seguinte que se faz necessário para a efetiva inclusão social?**

**Lula –** Digo sempre que o Bolsa Família só é assistencialista para quem vive de barriga cheia e tem preconceito contra o povo. Para mais de 11 mi-

lhões de famílias que passavam fome e viviam há décadas abandonadas pelo Estado, o Bolsa Família é uma salvação, é um primeiro passo para poder erguer a cabeça, garantir os filhos na escola, atendimento médico e ter condições para procurar meios próprios de garantir a sobrevivência. O Bolsa Família é um dos maiores e mais eficientes programas de transferência de renda do mundo. Ele é o principal instrumento do Fome Zero, o qual integra ações de combate à fome, distribuição de renda, acesso a alimentos mais baratos, fortalecimento da agricultura familiar, entre outras iniciativas voltadas para a geração de oportunidades de trabalho e renda. Entre

**ISTOÉ – Com que quadro partidário o sr. imagina governar?**



“  
O êxito de um governo não se mede pela ausência de problemas. Mas pela capacidade de superá-los  
”

**Lula –** Estou preparado para governar com o quadro partidário que as urnas determinarem. Mas, para mim, o fundamental é que tenhamos uma coligação de partidos em torno de um claro programa de governo.

**ISTOÉ – No seu futuro Ministério, qual a proporção que o sr. imagina construir de quadros técnicos e políticos nos principais cargos?**

**Lula –** A política tem a primazia na condução do governo e dos ministérios. Por isso mesmo, não se trata de definir uma proporção ideal entre técnicos e políticos. Ambos são indispensáveis. Os meus ministros, mesmo os de perfil técnico mais acen-

tuado, são políticos na plena acepção da palavra.

**ISTOÉ – O que deu certo e o que deu errado no governo que termina ao final deste ano?**

**Lula –** Estamos satisfeitos porque muito mais coisas deram certo do que errado. Preparamos o Brasil para um ciclo de desenvolvimento sustentado, que agora vai avançar muito mais. Isso deu certo. Criamos mais de seis milhões de empregos, quatro milhões dos quais com carteira assinada. Uma média de mais de 100 mil por mês, enquanto a média dos oito anos do governo anterior foi pouco mais de oito mil. Cria-

mos, portanto, mais de dez vezes mais empregos. Conseguimos mais de 19% de diminuição da miséria no nosso governo. Mas acredito que o êxito de um governo não pode ser medido pela ausência de problemas, mas, sim, pela sua capacidade de superá-los e de aprender com eles. Esse aprendizado, às vezes, é doloroso. Enfrentamos, por exemplo, crises políticas. E, no entanto, fizemos tudo o que precisava ser feito: afastamos os supostos envolvidos, determinamos que a Polícia Federal

e a CGU investigassem e não colocamos obstáculo a que as outras instituições, como o Ministério Público e o Legislativo – com três CPLs –, também investigassem com total independência. O governo, por sua vez, continuou a funcionar em ritmo acelerado. Tanto é assim que os resultados estão aí: melhoria das condições econômicas, distribuição de renda, investimento em educação, obras de infraestrutura, etc. Nunca, nem um dia sequer, deixei de cumprir rigorosamente a agenda de governo em função da crise. Essa talvez tenha sido a principal lição: a de que o melhor remédio quando se tem problemas é trabalhar mais duro ainda. ■

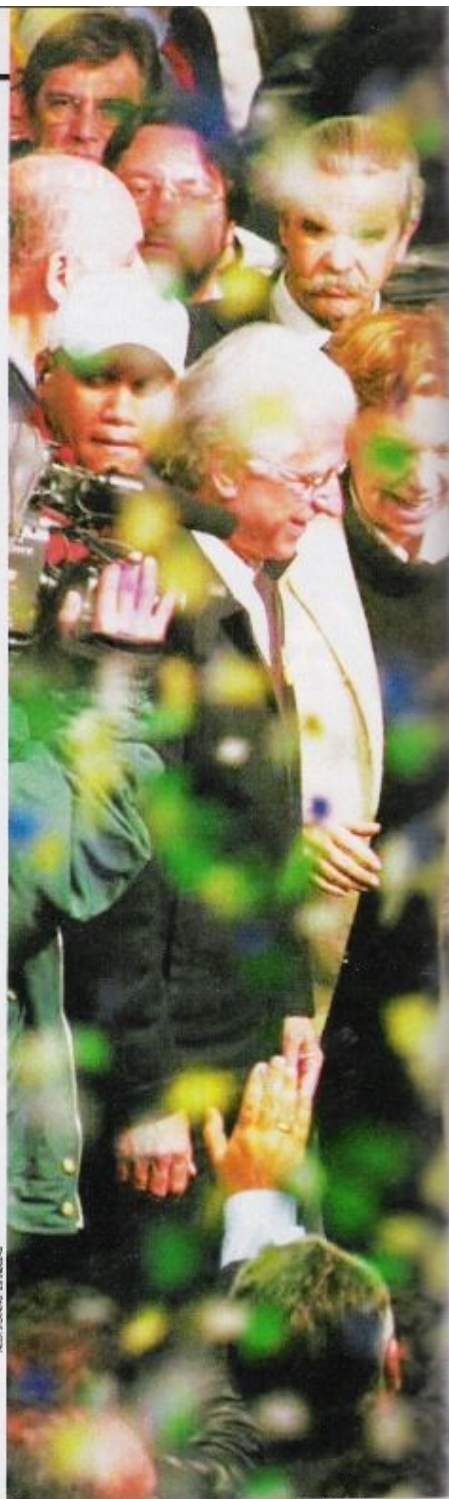
Eleições 2006

## “O BRASIL PISOU NO FREIO”

À ISTOÉ, o candidato **Geraldo Alckmin** defende ajustes na reeleição, bate forte no adversário e promete levar o País à liderança da América Latina  
por **Rudolfo Lago**

O candidato do PSDB à Presidência da República chega à reta final da campanha desafiando os números. Apesar de as pesquisas de intenção de voto insistirem na vitória do presidente Lula no primeiro turno, Geraldo Alckmin estava confiante de que haveria uma segunda volta. Surgiria, então, um Alckmin renovado e empolgado pela surpresa contra um Lula atônito diante de um quadro que não mais previa. A decisão de Lula de não comparecer na quinta-feira 28 ao debate da Rede Globo foi imensamente comemorada por Alckmin. Para o analista Antônio Lavareda, que faz a leitura das pesquisas para o candidato, Lula poderia perder cerca de quatro pontos percentuais com a ausência. Alckmin concentrou a última semana de campanha no Nordeste. As carreatas foram grandes, os comícios, cheios. “Pela primeira vez, eu vi as bases mobilizadas, alguns até entusiasmados”, relata o senador Heráclito Fortes (PFL-PI). Ele acredita que teria havido uma certa mudança no humor do eleitorado nordestino, graças à entrada mais forte dos caciques regionais na campanha e a um certo corpo mole do PMDB governista. Cada vez mais certo de que será o fiel da balança de tudo o que acontecer na política daqui para a frente, os governistas do PMDB teriam começado a preferir um segundo turno para aumentar o cacife dos seus apoios. Nos comícios e entrevistas, Alckmin começou a mudar de tom e a atacar Lula de forma mais direta, chamando-o de omissivo em todos os casos de corrupção no governo. Foi com essas convicções que o candidato tucano respondeu a ISTOÉ:

34







**O PROJETO  
ALCKMIN**  
Combate à  
corrupção e  
desenvolvimento  
são as obsessões  
do candidato

# ENTREVISTA COM **Geraldo**

**ISTOÉ** – Como o sr. planeja governar junto com o Congresso, diante do desgaste sofrido pelos parlamentares e da possibilidade de esse mesmo Congresso não atuar de forma majoritária na votação de pautas?

**Geraldo Alckmin** – Não foram os parlamentares que se desgastaram. Quem se desgastou foram os aliados do governo, a base governista forjada na base de mensalões. No meu governo, a relação do Poder Executivo com o Congresso Nacional vai levar em consideração os interesses do País, e não os interesses de grupos, como acontece no governo do presidente Lula. O que vai garantir maioria será a qualidade das propostas que serão encaminhadas à Câmara dos Deputados e ao Senado Federal.

**ISTOÉ** – O gargalo do crescimento já vem sendo apontado como o mais grave já enfrentado pelo País. Há pelo menos uma década o crescimento tem sido residual diante do resto do mundo. Qual o seu plano para mudar esse processo?

**Alckmin** – Meu programa de governo é uma grande agenda para o desenvolvimento nacional. País forte é país que cresce. Para isso, é preciso criar um ambiente de estímulo aos investimentos e aos negócios, que geram empregos e melhor distribuem a renda. É isso o que vou fazer. Vou trabalhar duro para acabar

com a ineficiência e a corrupção que se entranharam em todo o governo federal. Com essas pragas, o Estado gasta muito e gasta mal. Sem fazer investimentos em infra-estrutura, eleva a carga tributária, que já está em quase 40% do PIB, e obriga o Banco Central a praticar juros excessivamente altos, os mais elevados do mundo. Os juros altos, por sua vez, atraem dólares em excesso e estimulam uma valorização artificial do real. Isso prejudica a indústria, que passa a enfrentar dificuldades para exportar. Ou seja, está tudo errado. É preciso fazer o contrário: acabar com desperdícios, reduzir impostos e juros, fortalecer as agências reguladoras e respeitar contratos para atrair investimentos.

**ISTOÉ** – Com a cláusula de barreira, uma nova realidade política se estabelece no Brasil. Como o sr. projeta o processo democrático brasileiro a partir desse quadro?

**Alckmin** – A cláusula de desempenho vai reduzir o número de partidos e facilitará a governabilidade. Os políticos sérios que hoje estão em partidos pequenos poderão se transferir para outras legendas. Além disso, logo no começo do governo, vou enviar ao Congresso um projeto instituindo a reforma política, com fi-

delidade partidária e voto distrital, para moralizar ainda mais a atividade política em nosso país.

**ISTOÉ** – O ex-governador Ademir de Barros uma vez definiu que não existe abismo do tamanho do Brasil. Gostaríamos de saber do sr.: que Brasil estamos construindo e a que Brasil iremos chegar ao final do próximo mandato?

**Alckmin** – O correto é dizer que não existe país com o potencial de crescimento do Brasil. Infelizmente, o governo atual nos condenou a quatro anos de paralisia. No final do meu governo, já teremos retomado a marcha para o desenvolvimento. Estaremos em plena construção do Brasil que os brasileiros sonham; um país desenvolvido, crescendo pelo menos na mesma velocidade dos nossos vizinhos, gerando empregos e garantindo oportunidades para todos. No final do meu governo, o Brasil estará liderando a corrida do desenvolvimento na América Latina.

**ISTOÉ** – Qual a sua opinião sobre o voto distrital, sobre o fim do mecanismo da reeleição e sobre o modelo de bipolaridade partidária, ou seja, de dois partidos, nos moldes do sistema americano?

**Alckmin** – Sou favorável ao voto distrital e defendo que a reeleição seja mais bem regulamentada para evitar os abusos que estão acontecendo neste ano. Sem regras mais claras que evitem esses abusos, sou contra a reeleição. Sou contra a bipolaridade partidária. Nos Estados Unidos, embora a disputa seja polarizada em duas legendas, existem diversos partidos. No Brasil, já tivemos uma experiência forçada de bipartidarismo – Arena e MDB – que não deu certo. Acho san-

“

**Infelizmente, o governo atual nos condenou a quatro anos de paralisia**



**País forte é país que cresce.**

**Precisamos gerar emprego e distribuir renda**



**Vou trabalhar para acabar com a corrupção que invadiu as entranhas do governo federal**

”

# Alckmin



“  
O Bolsa Família é um programa necessário. Será mantido e aperfeiçoado

◆  
Quanto mais panelinhas, mais ineficiente é a administração

◆  
Sob o ponto de vista da ética, o governo é um descalabro. Na gestão é um desastre

”

dável que o povo tenha mais de dois candidatos, mais de duas propostas para fazer a sua opção.

**ISTOÉ – No que o seu governo pode ser melhor do que o do seu adversário?**

**Alckmin** – Em tudo. No meu governo não haverá corrupção e ineficiência, que são resultados diretos da partidarização do Estado. Quanto mais panelinhas de companheiros, mais paquidêmico e ineficiente é o governo e mais ele pesa

nas costas do contribuinte. Vamos desburocratizar e “despetizar” o governo. Vamos prestigiar as carreiras funcionais com acesso por concurso público. Com gente séria e trabalhadeira em todos os escalões do governo, vamos dar um grande salto de qualidade nos serviços públicos e isso vai dar um grande impulso para o desenvolvimento.

**ISTOÉ – A partir do programa assistencialista do Bolsa Família, qual o passo seguinte que se faz**

**necessário para a efetiva inclusão social?**

**Alckmin** – O Bolsa Família é necessário, será mantido e aperfeiçoado. A efetiva inclusão social virá com o crescimento do País, com investimentos em infra-estrutura. Obras de saneamento, construção e recuperação de estradas vão gerar milhares de empregos. Eu vou executar um rigoroso controle dos gastos públicos que, ao lado da reforma tributária e da redução dos juros, vai fazer sobrar dinheiro para esses investimentos.

**ISTOÉ – Com que quadro partidário o sr. imagina governar?**

**Alckmin** – Vou governar com integral respeito aos Poderes Legislativo e Judiciário. A aliança, com a qual vou governar, será formada com base em um programa nacional de desenvolvimento.

**ISTOÉ – No seu futuro Ministério, qual a proporção que o sr. imagina construir de quadros técnicos e políticos nos principais cargos?**

**Alckmin** – Os integrantes do meu governo terão que reunir duas condições: competência e honestidade. O que vai definir se eles serão técnicos ou políticos é a missão que cada um terá no governo.

**ISTOÉ – O que deu certo e o que deu errado no governo que termina ao final deste ano?**

**Alckmin** – Nada deu certo. Tudo deu errado. Hoje, sob o ponto de vista ético, o governo é um descalabro; sob o ponto de vista de gestão, um desastre. São 34 ministérios que não funcionam e ficam dando trotnbudas entre si e contra a iniciativa privada. Sob o ponto de vista do crescimento econômico, um horror. Nesta semana, o Brasil caiu nove posições no Ranking da Competitividade Global, elaborado pelo Fórum Econômico Mundial. Estava em 57º lugar e caiu para 67º. Quer dizer, o Brasil passou do freio de mão para a marcha à ré e mostrou que o governo Lula não tem acelerador. ■

Entrevista: David Livingstone Smith

# Engana que eu gosto!

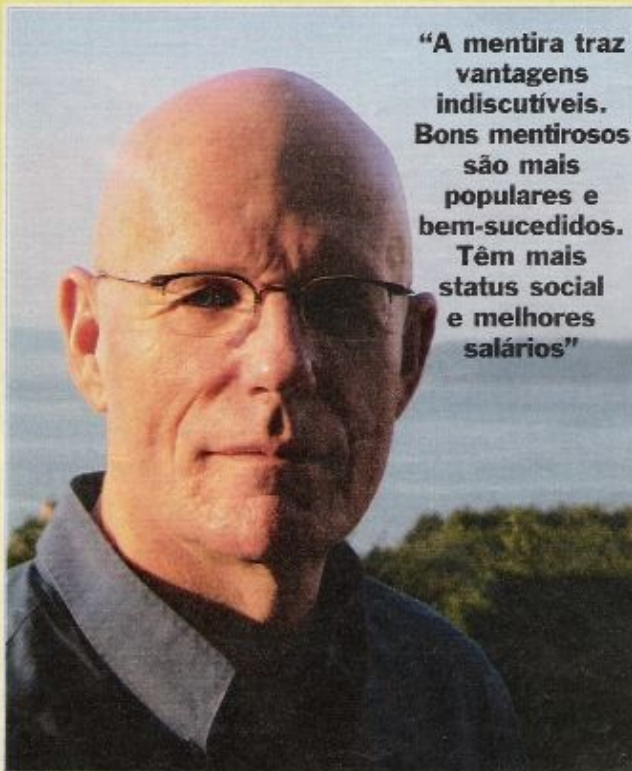
**O filósofo afirma que políticos mentem mais do que a média e que nosso cérebro está programado para aceitar falsidades**

Daniela Pinheiro

O americano David Livingstone Smith acostumou-se a polêmicas ao defender suas idéias. Afinal, propalar que o ser humano é mentiroso por natureza e que a mentira é útil à sociedade vai contra o senso comum. Aos 53 anos, diretor do Instituto de Ciência Cognitiva e Psicologia Evolutiva da Universidade de New England, nos Estados Unidos, ele defende que o mundo seria um caos se todos decidissem falar a verdade. Em seu livro *Por que Mentimos — Os Fundamentos Biológicos e Psicológicos da Mentira* (Editora Campus/Elsevier), lançado no fim de 2005 no Brasil, Smith afirma que somos programados para enganar desde os primórdios da humanidade. Seja para nos proteger, seja para levar vantagem. Quem mente com desenvoltura, diz ele, pode até sobressair entre os demais. O exemplo clássico é o dos políticos, que mentem por profissão e continuam tendo o ouvido de milhares de pessoas. O motivo? A dissimulação é parte da vida em sociedade e são raras as pessoas com o dom de distinguir um comportamento normal da mentira patológica.

**Veja — Por que mentimos?**

**Smith —** A mentira está por toda parte. Ela é normal. Todos mentimos e quem diz o contrário mente. Temos dificuldade em nos reconhecer como mentirosos porque há um julgamento moral contrário. Mentimos para obter vantagens e para nos proteger de algo, o que significa que estamos, de certa forma, passando



**“A mentira traz vantagens indiscutíveis. Bons mentirosos são mais populares e bem-sucedidos. Têm mais status social e melhores salários”**

do a perna em alguém. Quem mente bem costuma se dar melhor do que quem não consegue fazê-lo.

**Veja — Por quê?**

**Smith —** Porque a mentira traz vantagens indiscutíveis. Bons mentirosos são mais populares e bem-sucedidos. Alguns conseguem enganar por muito tempo e atingem status social mais alto e até melhores salários. A mentira está em toda a natureza. Vírus enganam o sistema imunológico de seus hospedeiros, plantas dissimulam para se livrar de predadores, animais blefam para conseguir comida. Não é só uma questão de

sobrevivência. É levar vantagem. E ser melhor do que os concorrentes. E assim é a vida humana também.

**Veja — Então mentir é razoável?**

**Smith —** A mentira é o pilar das relações sociais. Há pais que dizem: “Ensino meu filho a não mentir”. Isso é falso. Somos nós que os ensinamos a não dizer a verdade. Ensinamos que é errado dizer à vovó que os seios dela são caídos. Ensinamos as crianças a agradecer pelo presente de Natal mesmo quando elas o odeiam. Isso pode ser chamado de “tato”, “boas maneiras”, mas são mentiras. A mentira não é boa

mercado



O maior espaço interno



163 cv - nenhum outro é mais potente\*



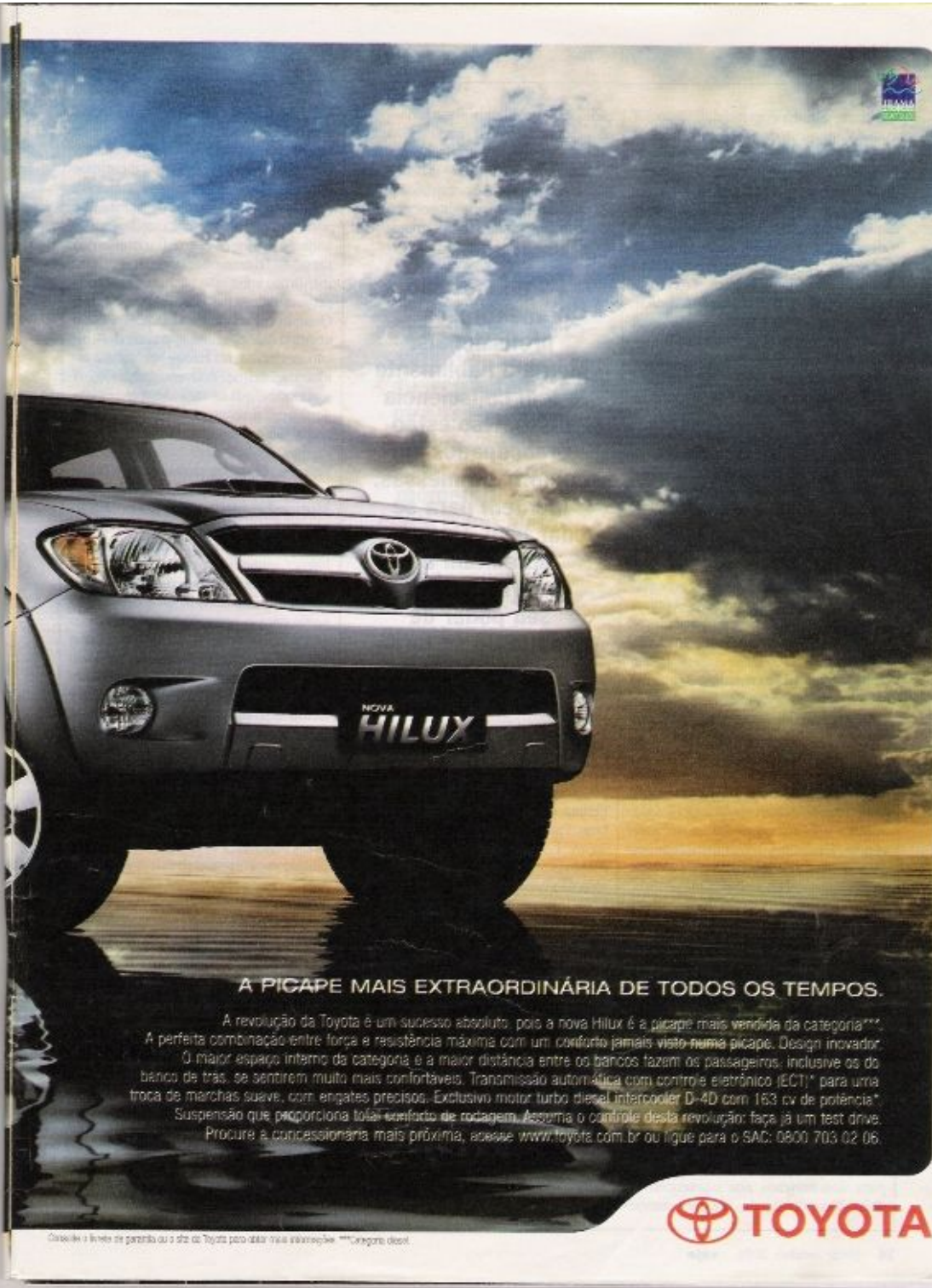
A mais moderna transmissão automática do mercado\*

# NOVA HILUX A REVOLUÇÃO TOTAL



A única montadora brasileira que oferece essa tranquilidade\*\* de fábrica para toda a linha.

\*Disponível em concessionárias Toyota. \*\*A Toyota é a única montadora brasileira que oferece três anos de garantia de fábrica para todo o linha, com limite de quilômetros por ano particular e até 100.000 km para comerciais.



**A PICAPE MAIS EXTRAORDINÁRIA DE TODOS OS TEMPOS.**

A revolução da Toyota é um sucesso absoluto, pois a nova Hilux é a picape mais vendida da categoria\*\*\*. A perfeita combinação entre força e resistência máxima com um conforto jamais visto numa picape. Design inovador. O maior espaço interno da categoria e a maior distância entre os bancos fazem os passageiros, inclusive os do banco de trás, se sentirem muito mais confortáveis. Transmissão automática com controle eletrônico (ECT)\*\* para uma troca de marchas suave, com engates precisos. Exclusivo motor turbo diesel intercooler D-4D com 163 cv de potência\*. Suspensão que proporciona total conforto de rodagem. Asserme o controle desta revolução: faça já um test drive. Procure a concessionária mais próxima, acesse [www.toyota.com.br](http://www.toyota.com.br) ou ligue para o SAC: 0800 703 02 06.



Cassete e nível de garantia ou o dia da Toyota pelo dia da inovação. \*\*\*Categoria diesel.

ou ruim, ela é necessária. Imagine o mundo em que todos fossem verdadeiros uns com os outros. Seria o caos.

**Veja** — *Quem mente bem é mais inteligente?*

**Smith** — Eles são socialmente mais inteligentes. Conseguem perceber o que a outra pessoa quer ouvir, o que é pertinente contar naquela hora, têm sensibilidade para notar a vulnerabilidade alheia. São melhores manipuladores. Mas é preciso dizer que mentimos melhor quando não sabemos que estamos mentindo. Ou seja, quando enganamos a nós mesmos. A melhor mentira é contada por aquele que acredita no que está dizendo.

**Veja** — *É o caso dos políticos?*

**Smith** — Políticos são mentirosos profissionais. Eles mentem habilmente e, na maioria das vezes, têm consciência disso. O que eles fazem é captar com precisão os anseios do eleitorado. Eles não estão preocupados se vão conseguir fazer o que prometem ou não. O político mente para se dar bem. Quando ele acredita na própria mentira, seu poder de persuasão se torna infinitamente maior. Hitler foi um exemplo disso. Era um enganador brilhante. E claramente acreditava no que dizia.

**Veja** — *Quando os políticos são apunhados em uma mentira, eles se safam mais facilmente do que as outras pessoas. Por quê?*

**Smith** — É uma questão de sobrevivência. Um político mentiroso quando é obrigado a ir à televisão para se desculpar por suas lorotas está perdido. Ele não ganha nada com isso. Não há nada de moralmente superior no fato de confessar uma mentira, até porque, quando os políticos o fazem, é de modo muito calculado. Mentir convincentemente e ser pego é coisa rara para um político. Como profissionais no assunto, eles se tornaram experts em respostas evasivas e desculpas esfarrapadas para encobrir inverdades.

**Veja** — *Por que acreditamos nas mentiras dos políticos mesmo sabendo que eles são treinados para nos enganar?*

**Smith** — Porque é mais fácil e seguro para nós mesmos nos convencermos delas. Quando alguém diz com convic-

ção que vai melhorar a sua vida, como não querer acreditar nisso? Podemos até desconfiar em um primeiro momento, mas, como é um alento crer nessa hipótese, acabamos nos convencendo. A sensação de prazer trazida por acreditar em algo é inebriante. É um grande pra-

**“Políticos são mentirosos profissionais. Mentem habilmente e têm consciência disso. Não estão preocupados em cumprir promessas. Mentem para se dar bem. Quando acreditam na própria mentira, seu poder de persuasão se torna infinitamente maior”**

zer para os americanos acreditar que são superiores ao resto do mundo. Se pensassem nisso por cinco minutos, saberiam que não é verdade. Mas não o fazem porque isso lhes traz muita satisfação. É impressionante como nossas escolhas sobre aquilo em que acreditamos são baseadas no que nos faz sentir bem, importantes, esperançosos. É com isso que os políticos jogam.

**Veja** — *Qual a diferença entre uma mentira contada por um político e a contada por uma pessoa comum?*

**Smith** — A contada por políticos tem consequências mais graves, mas, na média, não há muita diferença. Passamos a vida fabulando coisas, uma bofa aqui, outra mais inocente ali, e as grandes também. É preciso ter em mente que não se trata de maniqueísmo. Da mesma maneira que os políticos mentem, nós também nos enganamos porque queremos acreditar em suas mentiras.

**Veja** — *Como isso se processa na mente humana?*

**Smith** — O princípio de tudo é o auto-engano. Como sabemos que mentimos para nós mesmos, inconscientemente criamos um mecanismo de defesa que nos impede de nos aprofundar muito naquele assunto. Se o fizermos, nós mesmos ficaremos expostos como mentirosos. É nesse sentido que somos programados para aceitar mentiras. Quando o presidente George W. Bush afirmou que existiam armas de destruição em massa no Iraque, ele talvez tenha mesmo se convencido disso. A realidade é que os métodos para entender como a mente processa a mentira ainda são muito falhos.

**Veja** — *O ex-presidente Bill Clinton mentiu sobre o caso com a estagiária Monica Lewinsky, sobre fumar maconha e não fumar, sobre casos de sua infância. Ainda assim, é um dos maiores líderes mundiais. Por que esses fatos não parecem manchar sua biografia?*

**Smith** — O exemplo de Clinton não serve para o resto do mundo. Para os americanos, a moralidade se resume a sexo e Deus. Quando alguém se mete em algo assim, os americanos conseguem perdoar. O conceito de mentira é muito flexível para os políticos. Ao se defender, Clinton inventou um padrão técnico para encobrir uma mentira. Ele resolveu dar uma definição muito pessoal sobre o que efetivamente era fazer sexo. O fato é que, na maior parte das vezes, no fundo, sabemos que os políticos mentem. No fundo também é isso que esperamos deles.

**Veja** — *Como saber que um político está mentindo?*

**Smith** — Isso é muito difícil. Pesquisas mostram que apenas um em 1 000 indivíduos consegue detectar sinais de mentira em outra pessoa. No caso dos políticos, profissionais treinados só conseguem identificar mentiras em 10% dos casos. Políticos são brilhantes em nos distrair com o que dizem. Aqueles que não conseguem mentir bem nunca chegam lá. É uma tragédia pensar que a política é uma das atividades mais vitais nas sociedades em todo o mundo pois é uma das mais irracionais e desonestas que existem.

**Veja** — Detectar uma mentira depende de quê? Sensibilidade? Inteligência?

**Smith** — As pessoas que prestam atenção à linguagem corporal, ao tom de voz, são melhores do que as que escutam as palavras. É simples assim. Alguns poucas pessoas fazem isso naturalmente, a maior parte não consegue. Podemos até achar algo estranho, mas somos enganados pelas palavras. De fato, deveríamos prestar mais atenção ao nosso próprio instinto. Existem métodos empíricos, como os do pesquisador Paul Ekman, da Universidade da Califórnia, há trinta anos no ramo. Ele analisa os movimentos dos olhos, a respiração e os sinais verbais. No entanto, quando estamos envolvidos emocionalmente, perdemos a objetividade para perceber tudo isso. Na política estamos quase sempre envolvidos emocionalmente.

**Veja** — Não existe política sem mentiras?

**Smith** — Infelizmente, não. A democracia é algo maravilhoso, mas funciona por um processo de venda e manipulação. Nesse processo, a mentira é intrínseca. A única proteção que temos contra isso é sermos céticos, críticos e podermos contar com uma imprensa justa, livre e que defenda os cidadãos.

**Veja** — Quando alguém diz que “não sabe de nada” sobre um fato em que todas as evidências provam o contrário, isso é mentir?

**Smith** — Qualquer coisa feita para iludir é uma mentira. Omitir-se ou inventar um padrão técnico para se explicar sobre algo é mentira, sim. As pessoas usam essas coisas apenas para escapar e, efetivamente, escapam.

**Veja** — Existem meia mentira e meia verdade?

**Smith** — Algumas vezes mentimos dizendo a verdade. Digamos que eu não queira que você saiba algo sobre mim. Posso relatar esse dado de uma maneira tão exagerada que você o desconsideraria. Não menti, mas você não acreditou. Ou seja: manipulei. Existem graus de distorção no que dizemos uns aos outros, mas acho que o que caracteriza a mentira é fazê-lo com o objetivo de vantagem.

**Veja** — Existem mentiras aceitáveis?

**Smith** — Claro. Falar com alguém de quem você não gosta, omitir seu real estado de espírito, dizer que a pessoa está magra, quando na verdade ela está gorda, tudo isso são mentirinhas do dia-a-dia que fazem parte dos padrões so-

**“Quando dizem com convicção que vão melhorar a sua vida, como não querer acreditar nisso? Podemos até desconfiar em um primeiro momento, mas, como é um alento, acabamos nos convencendo. A sensação de prazer trazida por acreditar em algo é inebriante”**

ciais de convívio. A mentira ocorre naturalmente a todos nós, e muitas vezes não sabemos que estamos mentindo.

**Veja** — Com que frequência as pessoas mentem?

**Smith** — Há uma pesquisa relevante feita pelo psicólogo Robert Feldman, da Universidade de Massachusetts, mostrando que as pessoas contam três mentiras a cada dez minutos de conversa. É interessante, mas é uma definição estreita da mentira. Não se mente só com palavras. Um político, querendo esconder alguma coisa ou estando inseguro do que diz, pode chegar a um palanque ou a um debate na TV e falar de maneira pomposa, mostrar-se indignado, aparentar confiança. Ele vai convencer muita gente. Precisamos observar o comportamento desonesto de forma muito mais abrangente. E, quando o fizermos, descobriremos que o ato de mentir é muito mais amplo do que se imagina.

**Veja** — Onde se mente mais: na política ou nos casamentos?

**Smith** — Eu diria que é na política. O fato é que, quanto mais interesses comuns as pessoas tiverem, menos terão de mentir umas para as outras. Se estivermos do mesmo lado, ainda assim mentiremos um para o outro, mas menos do que alguém que queira me vender um carro usado danificado. A política é um sujeito tentando se vender a você. Então, a mentira é central.

**Veja** — Quando mentimos mais?

**Smith** — Em geral, quando queremos algo de outra pessoa e esta não quer nos dar. Nas conquistas amorosas, ocorre sempre. Queremos parecer mais atraentes sexualmente ou mais inteligentes do que somos. Nas relações de trabalho, mentimos sobre nossas habilidades e competências. É crucial saber que isso ocorre involuntariamente. É como respirar.

**Veja** — Quem mente mais, o homem ou a mulher?

**Smith** — Os homens tendem a dizer que as mulheres mentem mais, e vice-versa, mas não acho que exista alguma evidência disso. Acredito que mentem igualmente. Tudo depende do que se quer obter.

**Veja** — Nascemos mentirosos?

**Smith** — Contar mentiras é uma tendência tão internalizada no ser humano como a capacidade de falar e caminhar. Não temos a escolha de não mentir. Quem não mente, no sentido estrito da palavra, são os autistas. Para que possamos mentir, precisamos perceber como as pessoas nos vêem. Para quem não entende isso, como os autistas, a ideia de esconder a verdade não faz sentido. Não é por uma superioridade moral, mas por uma deficiência neurológica que os torna inábeis para perceber essa sutileza. Então, com exceção dos autistas, somos todos mentirosos por natureza.

**Veja** — O senhor mente muito?

**Smith** — Sou péssimo mentiroso.

**Veja** — Mentiu nesta entrevista?

**Smith** — Fiquei aqui, ao telefone, tentando dar a você a impressão de ser melhor do que sou realmente. É uma mentira, não é? ■



## Anexo 8 – Entrevista com autor de livros de *best-seller* Harv Eker (Veja)



### SILVIO SANTOS

**Fortuna: 880 milhões de reais**  
Por que não precisou ler livros de auto-ajuda para enriquecer: aos 18 anos, já era o camelô mais conhecido do Rio de Janeiro. Anos depois enriqueceu com a venda de fundos de capitalização, o Baú da Felicidade. Hoje, é dono de mais de trinta empresas

CLAUDETE

mas contar histórias de luta e busca de oportunidades, e não de conselhos de almanaque a ser seguidos. O magnata mexicano das telecomunicações Carlos Slim, relembrando a sua história, avalia que o caminho para a fortuna passa por quatro etapas: encontrar a própria vocação, trabalhar no que gosta, cultivar a paciência e perseverar. Agindo dessa forma, o dinheiro virá como consequência. São quatro conselhos de bom senso que valem por um manual inteiro recheado de dicas como "arrume um mentor rico", "peça demissão do emprego e comece um negócio próprio" ou "repita para si mesmo a frase 'Eu tenho uma mente milionária'" — algumas das recomendações dos livros.

Por que, então, os manuais que pretendem conduzir à fortuna fazem tanto sucesso? A psicóloga paulista Ana Fraiman, diretora de uma firma de consultoria especializada em aconselhamento de carreira, acredita ter uma explicação. Diz Ana: "Numa sociedade extremamente competitiva como a atual, buscase o dinheiro não apenas pelo conforto que ele proporciona, mas pelo status profissional que ele confere. Acumular riqueza, e fazer com que os outros saibam que se está ficando rico, abre caminhos para ascender na carreira". O raciocínio da psicóloga está em sintonia

com o que pensava o célebre crítico literário e satirista americano H.L. Menckem (1880-1956). Segundo ele, o dinheiro não é medido pelos algarismos impressos nas cédulas, mas pelo valor exagerado que as pessoas lhe conferem.

O paulista Gustavo Cerbasi, professor da pós-graduação em administração e do MBA da Universidade de São Paulo, é autor de dois livros com conselhos para enriquecer: *Dinheiro: os Segredos de Quem Tem* e *Casais Inteligentes Enriquecem Juntos* — este há oito meses na lista de livros mais vendidos de VEJA. Cerbasi arisca um palpite para o sucesso dos livros do gênero no Brasil: "Com a inflação baixa e um sistema financeiro mais seguro, as pessoas começaram a fazer planos para o futuro". Pode ser, mas, nesse caso, as orientações do gerente do banco podem ser mais úteis e objetivas do que os livros de auto-ajuda. Por mais que essas obras tentem convencer o leitor do contrário, não há fórmulas para ficar milionário. Nem mesmo ganhar uma bolada na loteria é garantia de um futuro dourado. Estatísticas mostram que mais da metade dos felizardos que ganham muito dinheiro com um bilhete premiado perdem tudo num prazo médio de dois anos. Talvez fosse uma boa idéia criar um manual de auto-ajuda para perdulários. ■

## "É preciso pensar como rico"

O americano Harv Eker

é autor do livro *Os Segredos da Mente Milionária*, que vendeu

600 000 exemplares nos Estados Unidos e 20 000

no Brasil, onde foi lançado em julho. Em entrevista a

VEJA, Eker dá algumas dicas para ficar rico. Ele garante que funciona.



**O SENHOR É RICO?** Até os 30 anos eu era um tremendo fracasso, abria um negócio atrás do outro e todos iam à falência. Um dia, resolvi abrir uma loja de equipamentos de ginástica e, em dois anos, já tinha dez filiais. Vendi metade das ações da firma por 1,6 milhão de dólares e passei a prestar consultoria de negócios. Hoje sou rico. Tudo mudou depois que um amigo de meus pais, muito rico, me ensinou como pensam os milionários.

### COMO PENSAM OS MILIONÁRIOS?

Os pobres pensam: "Eu nunca conseguirei ficar rico". As pessoas de classe média dizem: "Quem me dera um dia ficar rico". Já os futuros milionários afirmam, com toda a segurança: "Eu vou ficar rico".

### POR QUE A MAIORIA DAS PESSOAS NUNCA CONSEGUE FICAR RICA?

Porque essas pessoas geralmente têm conceitos negativos sobre os milionários. Causas do tipo "Todo rico é corrupto" ou "Para enriquecer, é preciso passar por cima dos outros". Ao associarem coisas ruins ao dinheiro, elas inconscientemente se afastam dele.

### O SENHOR DIZ EM SEU LIVRO QUE ESTÁ ERRADO PENSAR EM GANHAR MAIS PARA TROCAR DE CARRO OU COMPRAR UMA CASA MAIOR. POR QUÊ?

Não há nada de errado em querer adquirir coisas novas e melhores. O problema é que, ao colocar esse objetivo em primeiro lugar, passa-se a trabalhar exclusivamente para conseguir comprar o que se deseja. Os milionários fazem o oposto. Primeiro, eles se empenham em acumular dinheiro e só depois pensam em adquirir um novo carro ou uma nova casa.

## Anexo 9 – Entrevista com Helena Moraes (Veja)

### Holofote

Felipe Patury



#### ▶ A MANDIOCA ENGAVETADA

O presidente da Câmara, **Aldo Rebelo**, passou um sufoco durante sua campanha para a reeleição. Rebelo provocou a ira dos padeiros paulistas ao propor

um projeto que os obrigava a misturar 10% de farinha de mandioca no pãozinho. Irritados, os padeiros colaram cartazes em seus estabelecimentos pedindo que a clientela não votasse em Aldo. Duas semanas antes do pleito, o presidente da Fiesp, Paulo Skaf, intermediou um acordo entre os padeiros e Aldo, que aceitou tornar a mistura facultativa. O deputado quer, agora, dar incentivos pecuniários a quem aderir à mandioca.

#### ▶ CONTRA A MARÉ

Depois que venceu a complicada campanha de reeleição pelo Amapá do senador José Sarney, o marqueteiro

**André Torreta** foi despachado para São Luís. Sarney atribuiu a Torreta a difícil missão de, agora, eleger sua filha Roseana para o governo maranhense. O marqueteiro sabe que terá uma pedreira pela frente. Roseana contratou vários institutos de pesquisa e especialistas em sondagens eleitorais. Todos dizem que suas chances de vitória são remotas.

#### ▶ UM FORREST GUMPELEITORAL

Ninguém acreditava que o empresário **Guilherme Afif Domingos**, do PFL, pudesse derrotar o petista Eduardo Suplicy na disputa pela vaga de São Paulo no Senado. Mas o resultado das urnas surpreendeu até mesmo Afif. Ele teve a quinta maior votação do país, 8,2 milhões. Só perdeu para o presidente Lula, os tucanos Geraldo Alckmin e José Serra e o próprio Suplicy. Com o resultado, os caciques do PFL passaram a cogitar sua candidatura à Presidência em 2010.

#### ▶ O QUE DEU ERRADO?

Os enganos dos institutos de pesquisa no primeiro turno foram tantos que os responsáveis pelas análises das enquetes ainda procuravam uma justificativa para o fato. O americano **Clifford**

**Young**, responsável pelas pesquisas eleitorais da Ipsos Opinión no Brasil, consumiu a semana passada inteira fazendo ligações para publicitários e cientistas políticos, para tentar esclarecer por que os números das sondagens diferiam dos depositados nas urnas.



### A LIGAÇÃO COM O CELULAR SÓ CAI

Noventa milhões de brasileiros têm telefone celular, mas quase metade deles reclama de sua operadora. É o que mostra uma pesquisa do instituto Gallup que avaliou a satisfação dos clientes dessas empresas

Como as operadoras são avaliadas	45% dos usuários as desaprovam
	37% dos usuários são indiferentes
	18% dos usuários as aprovam
O que elas deveriam melhorar	▶ O atendimento aos clientes
	▶ A área de cobertura
	▶ As tarifas



Fonte: Gallup Organization

### “LULA NÃO TERÁ MEU PERDÃO”

No primeiro turno, a alagoana **Helena Moraes**, de 70 anos, votou em sua filha, a senadora Heloísa Helena. Agora, votará no tucano Geraldo Alckmin. Só não gravou para o programa de TV do PSDB porque sua filha não deixou. A mãe da senadora conversou com a repórter Camilla Pereira

#### Veja – Como vai, dona Helena?

**Helena** – Ótima. Ainda mais depois que a minha filha e o menino Cristovam jogaram o saço barbudo para o segundo turno.

#### Veja – A senhora ficou satisfeita?

**Helena** – Felicíssima.

#### Veja – Por quê?

**Helena** – Perdi vinte anos com aquele peste do Lula e, depois que entrou no poder, ele acabou com tudo. Desde que comecei a fazer as perversidades que faz com a minha filha, ele passou a ser o Bandido da Luz Vermelha para mim.

#### Veja – Que perversidades?

**Helena** – O pelotão de choque que ele, José Dirceu e aquele (Ricardo) Berzoini, o cabra safado que era ministro dos aposentados, montaram para cima da minha filha foi um absurdo. Heloísa Helena é uma menina. Eu não esqueço jamais. Luiz Inácio Lula da Silva não terá o meu perdão enquanto Deus existir. E Deus não morre.

#### Veja – A senhora foi proibida pela sua filha de gravar uma mensagem de apoio a Alckmin?

**Helena** – Eita, loucural! Tchau, um abraço bem grande, linda. Eu não sei que conversa é essa. Só quem dizer a você que o Alckmin tem de ganhar.

A mãe da senadora: “Lula é o Bandido da Luz Vermelha”



Com reportagem de Camilla Pereira, Giuliano Guandalini, Heloísa Joly, Veridiana Sedeh e Victor Martino

## Anexo 10 – Entrevista com Luciana Vendramini (Veja)



Geuse: na mira dos gaviões

### Mamãe na folhinha do ano

Assoberbado pela fase difícil de seu time, o Corinthians, o meia Roger ainda tem de ficar de olho nos gaviões que rondam sua mãe, **Geuse Galera**, 48 anos, uma das quinze ex-funcionárias da Varig que posaram à vontade para o calendário Aviação 2007. À vontade, em termos: por trás do jornal, Geuse usava calcinha de biquíni e dois tops, um por cima do outro. "Avisei que colaborava se não aparecesse nada. Sou muito tímida e não é meu perfil", conta a enxuta mamãe, que desconhece dieta, academia, plástica e Botox. O namorado (Geuse é divorciada) e Roger se calaram: "Meus dois homens ficaram olhando assim, com o rabo do olho". E a nora, Adriane Galisteu? "Ela olhou bem. É adorou."

### A noite das mascaradas

Como pegar algumas das mulheres mais bonitas do universo e transformá-las em, bem, algumas das mulheres mais bonitas e mais malvestidas do universo? A resposta pode ser conferida no baile de máscaras realizado em Londres em homenagem ao fotógrafo Nick Knight. **Gisele Bündchen** foi de Dior (estava na cidade fotografando sua campanha, com o dito Knight) tipo punk, com buracos na manga. Não escapou da patrulha do estilo. Na definição de um tablôide,

seu conjunto de sapato e carteira vermelhos produziu uma "mistura de vítima da moda dos anos 80 com explosão nuclear". Jerry Hall, envolta em metros de lamê dourado, foi ofuscada pela filha **Elizabeth Jagger**, também modelo, embora fosse difícil acreditar nisso por trás do espantoso collant-arlequim que trazia. Até o vestido de **Kate Moss** lhe caía mal; a máscara de um olho só, porém, era obra do chapeleiro-estrela Philip Tracy, também autor da "máscara de assaltante" do namorado dela, o cantor **Pete Doherty**.



Elizabeth Jagger de arlequim, Gisele de musa punk, Kate Moss e Doherty: a festa do espanto

Editado por Liza Bydlowski.

Colaboraram Bel Moherdani, Laura Ming e Sandra Brasil



### EU SOU TERRÍVEL

A quem inquiria sobre seu suposto envolvimento romântico com o cantor Roberto Carlos, Luciana Vendramini respondia que estava noiva do produtor musical americano David Shayman e iam se casar em dezembro. Na semana passada, o noivado acabou. E agora?

**O SEU ROMPIMENTO TEVE ALGUMA RELAÇÃO COM ROBERTO CARLOS?** Não, imagina. O David adorou quando conheceu o trabalho do Roberto, achou o máximo. O rompimento foi mesmo porque eu não quero mais morar em Nova York, quero morar aqui, e, com a distância, é difícil.

**DE ONDE VOCÊ ACHA QUE VÊM OS BOATOS ENTÃO?** Acho que do começo da nossa amizade, iniciada em decorrência do problema que nós temos em comum — o transtorno obsessivo-compulsivo (TOC).

**VOCÊS SE FALAM BASTANTE?** A gente se fala bem, porque temos muito carinho e respeito um pelo outro. Ele está inacreditável, pelo que já superou com o tratamento.

**E NÃO EXISTE UM INTERESSE NEM SEU NEM DELE DE LEVAR ISSO ADIANTE?** Isso você pergunte a ele. Do meu lado é apenas respeito, admiração e uma afinidade. Acho que, por eu ter me separado recentemente, as pessoas confundem. E ainda por cima vai ter show do Roberto agora em São Paulo.

**VOCÊ VAI AO SHOW?** Vou. Ali é o momento que a gente tem para conversar muito mais tranquilamente — porque eu estou viajando, ele está viajando, eu gravo, ele grava, e somos obrigados a manter aquela coisa mais por telefone.

**VOCÊ ACHA IMPOSSÍVEL VOCÊ E O ROBERTO CARLOS VIREM A NAMORAR ALGUM DIA?** Vamos falar assim: nós nunca tivemos nada, nunca namoramos e não estamos namorando. O futuro a Deus pertence.

## Holofote

Felipe Patury



### ▶ A BATALHA PELO PP

Eleito senador pelo Rio de Janeiro, **Francisco Dornelles**, que defendia uma aliança com o PSDB, agora lidera a banda pró-Lula. Metade do PP está do seu lado. O resto do partido segue o deputado Ciro Nogueira, do Piauí, que chegou a ser indicado para um ministério no governo petista, mas, a pedido do governador de Minas, Aécio Neves, aderiu a Geraldo Alckmin. A aposta está feita: quem tiver apoiado o próximo presidente comandará o PP.

### ▶ SEGURA A LÍNGUA, ACM

Em público, o presidente Lula desafia a oposição para debater ética. Em encontros privados, a conversa é outra. Na semana passada, a ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, pediu ao senador petelista **Antonio Carlos Magalhães** que manie os ataques a Lula. Em seguida, o presidente do Senado, Renan Calheiros, e o senador José Sarney foram à casa de ACM e fizeram um apelo idêntico. Todos alertaram o cacique baiano de que Lula lhe fechará todas as portas do governo se ele insistir nas acusações de corrupção.



### ▶ O NOME DO PFL PARA O SENADO

O candidato do PFL à presidência do Senado deve ser **José Agripino Maia**, que perdeu a disputa pela vaga de vice na chapa do tucano Geraldo Alckmin. Seu nome foi lançado pelo único governador eleito pelo partido em primeiro turno, José Roberto Arruda, do Distrito Federal. Com isso, o PFL compensaria Agripino pela perda da candidatura a vice. O Senado é fundamental para a oposição, que já dá como certo que a Câmara será controlada pelos aliados do presidente Lula.



### ▶ MADEIRA É OURO



Ex-chefe da Casa Civil de Geraldo Alckmin, o deputado **Arnaldo Madeira** assumiu uma função na campanha presidencial do ex-governador paulista. Na semana passada, começou a pedir contribuições pecuniárias para a campanha do antigo chefe. Ficou muito impressionado com o próprio sucesso. Madeira passou o chapéu por três grandes empresários paulistas e, em todos os casos, encontrou uma abnegada disposição de abrir as carteiras. Segundo turno é mesmo outra eleição.

## A BANCADA DO ARCO-ÍRIS

A bancada de parlamentares que defendem causas homossexuais encolheu 47% na última eleição. As perdas foram maiores em São Paulo e no Distrito Federal.

Os estados onde a bancada mais cresceu foram Bahia e Rio Grande do Sul (antes, Associação Brasileira de Gay, Lésbicas e Transgêneros (ABGLT)).

Bancada simpaticista em 2002

9 senadores e 88 deputados

Bancada simpaticista em 2006

8 senadores e 43 deputados

Quão estava a maioria dos defensores da causa

25 4 4



## “QUERO ALGUÉM EMBAGULHANDO”

Há duas semanas, a apresentadora **Monique Evans** estrou seu novo quadro na Rede TV!. É o **Títia** na Labuta, inserido no programa **TV Fama**. Na atração, Monique passa um dia dando duro. Já foi lixeira e frentista. Ela disse à repórter **Heloisa Joly** que, aos 50 anos, não tem medo do batente, só da falta de namorado.

**Veja — De onde saiu o nome Títia na Labuta?**

**Monique —** Todo mundo me chama de títia. Mas, olha, não quer dizer que fiquei para títia. Sou uma títia maneira.

**Veja — Você tem medo de ficar para títia?**

**Monique —** Estou separada há quatro meses. Agora, fico me perguntando se vou arrumar outro namorado. Na balada, na academia, na praia só tem os de 20, 30 anos. Quero alguém mais velho.

**Veja — Mas seus ex são mais novos do que você...**

**Monique —** É, mas já estou com 50. Não sei até quando vou continuar gatinha, entendeu? Quero alguém que esteja embagulhando como eu. Só não sei onde é que vou conhecer esse cara.

**Veja — Você não recebe mais tantas cantadas?**

**Monique —** Eu intimido os caras. Eles acham que sou inatingível porque sou a **Monique Evans**. Aí, ninguém chega e eu acho que embagulhei.

**Veja — Por que diz isso? Está menos vaidosa?**

**Monique —** Faço muita ginástica, mas, às vezes, penso que preciso fazer uma plástica, começar um curso. Mas me dá uma preguiça. Estou velha.

**Monique: você acha que ela embagulhou?**



Com reportagem de Heloisa Joly, Veridiana Sedeh e Victor Martino

## Anexo 12 – Entrevista com o senador Mário Couto (Veja)

### Holofote

Felipe Patury



#### OS VENEZUELANOS FICARÃO DE FORA

A Petrobras, dirigida por **José Sérgio Gabrielli**, tirará do papel a refinaria de Pernambuco no segundo mandato do presidente Lula. Quer fazer a obra sem a participação da venezuelana PDVSA, embora as duas estatais tenham assinado um protocolo de intenções para se associar no projeto. Os técnicos da Petrobras consideram que a sociedade é desnecessária porque a empresa brasileira já é dona do mercado consumidor e do petróleo a ser refinado e tem dinheiro suficiente para tocar o projeto sozinha.



#### DILMA JOGA NA ZAGA

A ministra da Casa Civil, **Dilma Rousseff**, assumiu uma missão espinhosa na transição para o segundo mandato do presidente Lula. Ela tenta conter o apetite do PMDB, que não esperou pela reforma ministerial para cobrar cargos no setor elétrico. O partido, que já tem o ministro de Minas e Energia, Silas Rondau, e o presidente da Eletronorte, Carlos Nascimento, quer agora o resto do segundo escalão. Pediu a presidência de Furnas e da Eletrobrás. Esta última para Jader Barbalho.

#### NÃO AOS NÁNICOS

Podem ficar sem efeito as fusões promovidas por partidos nânicos para driblar a cláusula de barreira. Neste mês, o Tribunal Superior Eleitoral, presidido por **Marco Aurélio Mello**, decidirá se as associações encabeçadas pelo PTB e pelo antigo PL substituem a exigência de ter pelo menos 5% dos votos nacionais para que uma agremiação atue no Congresso. A tendência é que o TSE considere que as fusões não se sobrepõem a essa cláusula. Se a decisão for favorável ao PTB e ao PL, PP e PDT recorrerão contra ela no Supremo Tribunal Federal.



#### O SÓCIO FOI E O TUTU VEIO

Em 2003, o publicitário **Maurício Eugênio** associou sua agência, a Eugênio, à DDB. A empresa tornou-se um satélite da holding de Nizan Guanaes. Há três meses, Maurício Eugênio recomprou as ações que estavam em poder de Nizan. Pagou 15% a mais do que recebeu há três anos e a empresa deslançou. Com 500 milhões de reais em mídia comprada, a Eugênio ficou em sétimo lugar no ranking de setembro, a melhor posição de uma agência de capital 100% nacional.



### ELAS MATAM, MAS SÃO LIMPINHAS

A Inglaterra está financiando um projeto da BAE Systems, a maior indústria de armamentos da Europa, para desenvolver um arsenal ecologicamente correto. Sim, você leu certo

#### JÁ EXISTEM

- Balas com menos chumbo
- Tanques movidos a eletricidade
- Bombas sem prazo de validade, que não precisam ser descartadas

#### ESTÃO EM PROJETO

- Granadas que liberam menos fumaça
- Explosivos que viram adubo
- Ogivas que fazem menos barulho quando detonam



Bombas tradicionais: pois é, o único problema é o barulho

Fonte: BAE Systems

Com reportagem de Fábio Portela, Heloisa Joly, Veridiana Sedeh e Victor Martins

28 8 de novembro, 2006 veja

### “SE EU FOSSE BICHEIRO, JÁ TERIAM ME FLAGRADO”

O tucano **Mário Couto** derrotou o peemedebista Luiz Otávio na disputa pela vaga de senador pelo Pará. Sua vitória foi alardeada como uma vitória da ética. Luiz Otávio é acusado de desviar 13 milhões de reais dos cofres públicos. Mas o tucano também tem problemas. Seus adversários dizem que ele é bicheiro. Ao repórter Fábio Portela, o senador eleito refutou as denúncias

#### Veja – O senhor é banqueiro do bicho?

**Couto** — Caboclo, eu nem sei como se joga. Não consigo sequer os números dos bichos.

#### Veja – E de onde surgiu essa história?

**Couto** — Há 25 anos, ajudei uma escola de samba. Daí passaram a dizer que eu era bicheiro. Só por causa da minha ligação com o Carnaval.

#### Veja – Pode explicar melhor essa ligação?

**Couto** — Eu presidi a Arco-Iris, que chegou a ser do tamanho da Beija-Flor. Fomos campeões cinco vezes. Contratei o Joãozinho Trinta. Foi a época de ouro do samba paraense.

#### Veja – O que aconteceu com a Arco-Iris?

**Couto** — Quando entrei na política, tive de sair de lá e a escola parou.

#### Veja – E de onde vinha o dinheiro da escola?

**Couto** — Os amigos ajudavam.

#### Veja – Dizem que o dinheiro era do bicho...

**Couto** — Isso só apareceu na eleição. O povo sabe que é mentira. Sou deputado estadual há 16 anos. Se eu fosse bicheiro, já teriam me flagrado na banca de apostas.

**Couto:** ele não leva mais a bandeira do Arco-Iris

