



**Marque a opção do tipo de trabalho que está inscrevendo:**

**Resumo**

**Relato de Caso**

## **MÍDIA E POBREZA: O CONFRONTO DE IDEOLOGIAS EM MOVIMENTOS DE CONTRADIÇÃO NO INTERDISCURSO**

**AUTOR PRINCIPAL:** Thaís Nicolini de Mello

**CO-AUTORES:** Márcia Helena Barbosa

**ORIENTADOR:** Carme Regina Schons

**UNIVERSIDADE:** Universidade de Passo Fundo

### **INTRODUÇÃO**

A mídia constitui-se em nossa sociedade como um poderoso veículo de comunicação e de transmissão de ideologia. Assim, faz-se necessário refletir sobre o papel que desempenha enquanto formadora de opinião e propagadora de uma ideologia dominante, levando em consideração que essa formação ideológica passa pelas notícias veiculadas e pelos temas – como o da pobreza – que, em geral, são omitidos. Essa constatação levou a ONG Teto a criar e a veicular na internet uma campanha de protesto contra o descaso da mídia em relação à situação da população mais frágil e desassistida. O trabalho teve como objetivo analisar os efeitos de sentido e as contradições produzidos pelas peças dessa campanha, que se constituíram no *corpus* da pesquisa. A investigação fundamentou-se nos estudos da Análise do Discurso de linha francesa, com ênfase na obra de Michel Pêcheux.

### **DESENVOLVIMENTO:**

O *corpus* constitui-se por cinco peças da campanha veiculada pela ONG Teto em abril de 2015, que foram analisadas a fim de perceber as relações e efeitos de sentido produzidos pela associação de discurso e imagem. Para tanto, foram utilizados alguns conceitos de Michel Pêcheux, tais como memória discursiva, imagem como operadora de memória, contradição, interdiscurso e Formação Discursiva (FD), além do conceito de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), de Louis Althusser.

Primeiramente, observou-se a existência de uma memória discursiva social no imaginário da sociedade brasileira, que emancipava as classes mais altas e silenciava a população mais pobre, constatando-se que a mídia exerceu um papel decisivo na construção desse imaginário. Nesse sentido, vemos a campanha da ONG Teto como denunciadora de uma memória social que marginaliza e silencia a existência da população mais pobre no Brasil. Ao associar a imagem do pobre com a manchete sobre o rico, evidencia-se que as notícias se voltam para as classes mais altas, e emancipam socialmente aqueles que têm mais poder aquisitivo. O pobre torna-se um suporte para a notícia do rico, sua existência não é noticiada, mas apaga-se. Esse processo de silenciamento retratado na campanha refere-se diretamente ao apagamento existente na memória discursiva social.

Essa relação de emancipação de uma classe em detrimento de outra se evidencia nos enunciados utilizados. Nas peças da campanha, temos a imagem de pessoas socialmente fragilizadas divulgando manchetes extremamente banais, tais como: “Ator é visto comendo pastel”, “Cantora é flagrada tomando água”. O contraste entre discurso e imagem evoca sentidos e provoca o que Pêcheux define como contradição, pois “os efeitos do interdiscurso não se resolvem em um ponto de integração, mas se desenvolvem em contradições.” (2011, p. 157). Dessa forma, o apagamento da população pobre não aparece de forma pacífica, mas com perturbações.

Nesse sentido, temos a imagem como uma operadora de memória que traz à luz a coexistência das diferentes classes e o descaso social com a população mais desassistida. A imagem convoca discursos e estabelece um movimento de contradição com o enunciado da campanha, expondo, através das fotos, as várias dimensões de fragilidade social. A existência desses discursos, em contradição com o enunciado, provocam os movimentos de sentidos, estabelecendo uma relação de protesto e resistência à memória social.

Com base nesses estudos, tem-se a mídia como um Aparelho Ideológico de Estado (ALTHUSSER, 1980). Ela torna-se propagadora da ideologia do Estado, que busca assujeitar e controlar ideologicamente a classe dominada. A ideologia dominante aparece, então, como legitimadora das classes mais altas e como silenciadora das classes mais baixas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

Os sentidos produzidos pela campanha da ONG evidenciaram o papel da mídia enquanto formadora do imaginário social, denunciando o silenciamento a que ela submete as classes mais baixas da população brasileira. Além disso, as peças apontaram para o contraste de notícias sobre as classes sociais, que legitimam a população mais rica, enquanto silenciam a mais pobre.

## REFERÊNCIAS

ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*. Lisboa, Portugal: Editorial Presença, 1980.

PÊCHEUX, Michel. Metáfora e interdiscurso. In: ORLANDI, Eni (Org.). *Análise do Discurso: Michel Pêcheux*. Campinas: Pontes Editores, 2011. 2 ed. p. 151-161.

ONG CRIA CAMPANHA IMPACTANTE para mostrar como a mídia ignora a pobreza extrema no Brasil. Disponível em: < <http://www.hypeness.com.br/2015/04/ong-faz-ensaio-fotografico-chama-a-atencao-para-a-extrema-pobreza-no-brasil/>>. Acesso em: maio 2015.

## ANEXOS

Figura 1:



Figura 2:



Figura 3:



Figura 4:



Figura 5:



O PROBLEMA NÃO É O QUE VIRA  
NOTÍCIA, MAS O QUE DEIXA DE SER.

**TETO**  
SOC