



Humanização e determinação ideológica na escrita de perfis: uma análise de textos sobre políticos brasileiros

Fabiano Ormaneze¹

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Centro Universitário Metrocamp, Centro Universitário Anchieta

Resumo: Em diálogo com a Análise de Discurso Franco-Brasileira, o trabalho tem como objetivo discutir de que maneira a noção de humanização é determinada pela ideologia e pelas condições de produção, constituindo sentidos sobre personagens em narrativas biográficas. São analisados perfis de políticos brasileiros, publicados em livro da série ‘Jornalismo Literário’, da Cia. das Letras: “Vultos da República” (2010), que reúne perfis originalmente produzidos pela revista *piauí*. São apresentadas regularidades discursivas que permitem demonstrar como a humanização, na perspectiva do sujeito de palavras (ORMANEZE, 2019), é também manifestação das relações de poder, condicionadas à memória discursiva.

Palavras-chave: perfis; humanização; discurso; revista *piauí*.

1. Inquietações introdutórias

Nas prateleiras das livrarias e nos periódicos, encontram-se uma série de materialidades do biográfico, incluídos aí os perfis, os obituários (também chamados necrológicos), as biografias, as narrativas de viagem e os textos memorialísticos, que se prestam, cada um com seu recorte específico, a falar sobre a vida de determinada pessoa que, por estar num texto jornalístico, supõe-se existir ou ter existido. Esses textos, em geral, são lembrados por apresentarem o que seria uma visão humanizada de personagens, opondo à estética tradicional da imprensa. Nesse sentido, Maia (2013) afirma que o grande diferencial dessas produções é que “sua escrita não precisa estar balizada pelo

¹ Professor da Escola de Extensão da Unicamp, do Centro Universitário Metrocamp (Campinas-SP) e do Centro Universitário Anchieta (Jundiaí-SP). Doutor em Linguística pela Unicamp. Mestre em Divulgação Científica pela mesma universidade. Especialista pela Academia Brasileira de Jornalismo Literário (ABJL) e jornalista pela PUC-Campinas. E-mail: Ormaneze@yahoo.com.br.

texto convencional, voltado para as respostas sobre quem fez o quê, quando, onde, como e por quê, oportunizando, assim, em muitos casos, narrativas diferenciadas” (p. 177). Já Lima (2009) apresenta a centralidade no personagem como um dos grandes feitos do Jornalismo Literário, proposta estética à qual as narrativas biográficas com essa proposta de diferenciação estilística geralmente são associadas. “Toda boa narrativa do real só se justifica se nela encontrarmos protagonistas e personagens humanos (...). Precisamos lançar um olhar de identificação e projeção da nossa própria condição nos nossos semelhantes, sejam celebridades ou pessoas do cotidiano” (p. 359).

Procurando aprofundar a ideia de humanização, proponho uma reflexão neste texto, fruto da tese de doutorado que defendi em 2019, no Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), da Universidade Estadual de Campinas (ORMANEZE, 2019), em que analisei uma série de perfis publicados pela revista *piauí* entre 2006 e 2016, reunidos posteriormente em duas antologias em formato de livro. Minha pergunta de pesquisa, à qual algumas das respostas constituem este artigo, era de que maneira as condições de produção e a ideologia determinam características que são narradas sobre sujeitos perfisados, em detrimento de outras, apagadas ou minimizadas na enunciação jornalística.

O corpo teórico-metodológico empregado é a Análise de Discurso Franco-Brasileira (AD), baseada em autores como Michel Pêcheux ([1969] 2010; [1975] 2014) e Eni Orlandi (2009), nos quais busco a conceituação de condições de produção e de ideologia, oriundos da tradição althusseriana. Para esses autores, a ideologia não é o resultado da dominação de uma classe sobre a outra, mas o lugar e o meio em que essa dominação se dá, por intermédio de uma série de efeitos de sentido. Da mesma forma, as condições de produção não são consideradas apenas como o contexto em que são produzidas as enunciações, mas também a rede de projeções de imagens que, de um determinado lugar, são produzidas sobre determinado assunto ou, no caso de uma narrativa biográfica, sobre pessoas.

2. Do espaço biográfico à humanização: a noção de sujeito de palavra

As múltiplas formas das narrativas biográficas (perfis, biografias, memórias etc.) constituem o que Lejeune ([1980] 2008) define como “a forma da circulação das vidas (...) e a forma das vidas” (LEJEUNE, [1980] 2008, p. 09), produzidas pela ideologia,

pelo suporte midiático utilizado e pelo próprio imaginário de biógrafos e biografados, tomados de modo mais amplo como uma definição para autores de textos que se dedicam à história de vida, como é o caso de um jornalista que escreve um perfil para ser publicado na imprensa.

A relação entre o autor e a pessoa pinçada no mundo para ser protagonista de uma história cria o que chamo de “sujeito de palavra”, noção que faço, por meio de seu duplo sentido, uma definição de como concebo o ato de escrever textos sobre a vida de uma pessoa. Uma narrativa biográfica é um jogo entre dar a palavra sobre alguém e constituir esse sujeito sobre quem se fala a partir da palavra.

Sujeitos de palavras, biógrafo e biografado ou jornalista e perfilado, tentam, nesse processo, apagar o caráter opaco da linguagem, como se fosse possível descrever ou narrar dissociado da ideologia e das condições de produção que, na relação com o espaço, o tempo e o imaginário, produzem sentidos sobre tudo o que é enunciado. Quando se escreve sobre a vida de alguém, o objetivo da maior parte dos biógrafos/jornalistas é ser o mais preciso possível, mas essa conceituação já traz em si uma imagem de referencialidade que só existe como diretriz de trabalho jornalístico, uma vez que o sentido é sempre construído nas relações entre os envolvidos no processo de enunciação. Essa ideia de precisão e, em alguns casos, de versão definitiva, aparece também como retórica publicitária para os títulos, em obras que se propõe a epítetos como “a biografia de fulano” ou “a história de beltrano” e “a verdadeira história de ciclano” etc.

Eis o conflito entre estar no mundo *em* palavra, *com* palavra e *pela* palavra, que cria a relação entre sujeito-autor e sujeito-perfilado/biógrafo que, por meio da narrativa, passam a se constituir como um só resultado. Quando se escreve um perfil, tanto o sujeito que se coloca como autor quanto aquele que é descrito tornam-se ali outra coisa. É desse lugar que precisamos discutir o que seja a humanização e os efeitos que ela produz.

Conceito amplamente utilizado na área da saúde para designar e motivar processos menos técnicos e que respeitem a individualidade, a intimidade e as características de cada pessoa (COLLET; ROZENDO, 2003), a ideia de humanização passou a ser utilizada em diferentes práticas e áreas do conhecimento como uma oposição à aborda-

gem tecnicista, numérica ou estatística. Para Passos (2014), aplicando o tema às produções jornalísticas, a humanização pretende “proporcionar ao leitor uma visão complexa das pessoas e situações retratadas”, contrapondo-se “à mitificação ou estereotipagem dos personagens” (PASSOS, 2014, p. 67). Além da abordagem tecnicista, que teria a pessoa apenas como uma fonte de informações ou reduzida a números e ao papel de ilustrar um fato jornalístico, a perspectiva defendida pela noção de humanização é dar destaque à história e às especificidades de uma vida.

Todavia, discursivamente, a noção de humanização não pode ser compreendida como um propósito do sujeito de palavra numa relação inequívoca, imediata e conquistada por meio de determinados procedimentos técnicos ou de cuidados na hora da escrita. Conceber assim seria sair de um estereótipo e cair noutra. Dito de outro modo, a humanização se constitui num processo de sentido diante do encontro/ embate entre a subjetividade que projeta uma representação de um sujeito – já transformado em outro, como um personagem na narrativa – e a posição do leitor que o acessa.

O processo de identificação é efeito da humanização, tornando-se possível quando o interlocutor se vê, de uma dada posição ideológica, projetado no discurso *do* e *sobre* o outro. É, portanto, um descentramento, um deslocamento, uma substituição que, pelas formas de linguagem, constitui-se noutra forma de narrar, o que não necessariamente significa outros tópicos ou fatos a dizer e contar.

A partir da AD, concebo a humanização como um processo em que o sujeito-jornalista, no papel de autor do perfil ou de uma biografia, projeta uma série de características e informações sobre o sujeito-biografado/ perfilado, colocando-o numa formação discursiva dada para um efeito-leitor-biográfico que ele também projeta, a partir das condições de produção nas quais está inscrito. A formação discursiva define “aquilo que, numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica –, determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 2009, p. 43). Já a noção de efeito-leitor, de acordo com a mesma autora, explica que a identidade de leitura é sempre configurada pelo lugar que o leitor ocupa no social. Ou seja, não é apenas o autor que é interpelado e está circunscrito a uma posição e a uma formação discursiva, mas também aquele a quem o texto se dirige.



O que é humanizar hoje e para determinado sujeito-jornalista não necessariamente o será em outras condições ou sob outras posições do sujeito e suas projeções imaginárias. Essa perspectiva amplia o caráter complexo da prática da escrita: ser autor e ser leitor são posições assumidas na relação com a história e a linguagem, tornando-se um foco de coerência para os enunciados, no contato do texto com outros sentidos.

Como efeito de sentido que se constrói a partir do que, em dadas condições de produção, emergem como características destacadas num sujeito biografado, a humanização está circunscrita a um jogo das representações e de memória². Destacar, amenizar, reforçar, relacionar, interditar ou silenciar são alguns dos processos de humanização no discurso, a partir de uma lógica que, em oposição à generalização, busca especificar o sujeito.

Ao se propor à humanização, o discurso biográfico assume sua característica simbólica, não só em busca da organização de uma experiência de vida, como também da própria memória e do que se pretende recortar do passado. O registro de uma vida tenta, de algum modo, dar sentido à existência, tanto para aquele que conta, sobre quem se conta e para quem se coloca como interlocutor.

Quando se entra em contato com um sujeito de palavra, estabelece-se um pacto entre as posições de autor e leitor, “um efeito historicamente viável” (LEJEUNE, [1980] 2008, p. 46). O discurso sobre pessoas, em biografias ou perfis, funciona como uma materialidade que constitui os dizeres sobre uma sociedade e as pessoas que a fizeram ou são colocadas como seus realizadores, no sentido de que esses textos se preocupam em contar a vida de sujeitos que, por alguma razão, ganham importância e relevância social, como é próprio dos critérios de noticiabilidade do Jornalismo. Ao se colocar ou não o sujeito como um ser “de” e “pela” palavra, imputa-se a ele uma relação de destaque ou insignificância, de inscrição ou de apagamento na enunciação de vidas que compõem a história.

Não se trata propriamente de dar credibilidade aos métodos de investigação, aos fatos que foram narrados ou ao tipo de escrita que se construiu, mas sim de estabelecer um efeito de que há coincidências entre sujeitos em relação: aquele que assume o papel

² A memória de que trato aqui é a discursiva, como um conjunto de formulações feitas e esquecidas ou nem sempre associadas a uma origem específica, que determinam o que é dito (ORLANDI, 2009).

de biógrafo/ jornalista, o biografado/ perfilado e o leitor. É dessa forma que compreendemos a posição de Vilas Boas (2003) de que as narrativas biográficas “cumprem um papel importante que é exatamente gerar empatias” (p. 14).

Os processos de identificação, para a AD, caracterizam-se por um movimento contraditório, em que (re/des)conhecer o sujeito biografado/ perfilado passa pelas determinações do inconsciente e pela ideologia, que constituem os sujeitos de palavra colocados em cena no discurso biográfico. Nos processos discursivos, funciona um conjunto de formações imaginárias que designam os lugares “que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro.” (PÊCHEUX, [1969] 2014, p. 82).

A representação promovida por um texto biográfico diz respeito ao fato de que o sujeito do discurso não é o indivíduo empírico, mas encontra-se transformado a partir do imaginário. Trata-se, portanto, de posições ocupadas pelos sujeitos no momento da enunciação e não de uma correspondência unívoca, “de modo que diferenças de situação podem corresponder a uma mesma posição, e uma situação pode ser representada como várias posições” (*ibidem*).

Assim, os gêneros biográficos compõem-se pela imagem do biógrafo, do biografado e do interlocutor/ leitor, que constroem sentidos sobre os fatos narrados (pois a própria vida será, textualmente, reduzida a tais recortes). “Todo discurso *sobre* provavelmente produzirá a construção de representações, que são dizeres que vão se sedimentando sobre o outro, a partir da imagem pela qual o outro é dito (...), seria, portanto, o que é mais palpável do imaginário” (NASCIMENTO, 2015, p. 47, grifo meu). Numa biografia ou num perfil, a imagem construída dos personagens é produto da relação imaginária do jornalista/ biógrafo com o mundo e, portanto, concorre com outras imagens em circulação, que podem ser mais hegemônicas ou mais marginais.

A representação, por outro lado, tem efeito de estabilização, que fixa uma imagem em detrimento das outras, em um processo que é apenas parcialmente consciente. “Enquanto a imagem concorre com outras (...), a representação produz um efeito de estabilidade, sendo tomada como se não houvesse outra possível” (DELA-SILVA, 2018, p. 88). É dessa maneira que é possível pensar na articulação proposta por Pêcheux ([1975] 2010) entre o inconsciente (o Outro) e o atravessamento ideológico: “Quando o

sujeito diz ‘eu’, o faz a partir de uma inscrição no simbólico e inserido em uma relação imaginária com a ‘realidade’, (...) algo produzido após a entrada do sujeito no simbólico e impede que o sujeito perceba ou reconheça sua constituição pelo Outro” (PÊCHEUX [1975] 2010, p. 163).

3. De tudo isso, os perfis (dos) políticos

Para a reflexão sobre o sentido de humanizar para revista *piauí*, realizei a análise de 15 perfis produzidos pela revista e depois reunidos em duas antologias: *Vultos da República* (2010) e *Tempos Instáveis: o mundo, o Brasil, e o jornalismo em 21 reportagens de piauí* (2016). No caso do primeiro livro, a íntegra da obra foi considerada, pois havia em comum o fato de serem perfis sobre políticos brasileiros. No segundo, selecionei apenas três textos que mantinham relação com a primeira obra, em termos de gênero discursivo e de personagem perfilado.

No curto espaço deste artigo, seria impossível detalhar toda a pesquisa. Por isso, escolhi a análise dos textos a seguir, que, estando na quarta capa do livro *Vultos da República*, constituem-se uma síntese do que é observado no interior das narrativas, além de destacar pontos-chave do que significa humanizar para a revista. Os enunciados estão reproduzidos com as supressões e acréscimos com que aparecem no livro:

Na fila da segurança, FHC tira os sapatos, põe o casaco na bandeja, os sapatos, a pasta [...]. Passa pelo detector de metais, recupera os sapatos, senta-se para calçá-los. Não há **porte presidencial** que resista.

Quando passa em frente a um **espelho** ou diante de um vidro com bom reflexo, José Dirceu sempre confere o penteado e a posição do **colarinho**.

Quando desligou [Dilma] estava emocionada. Chamou a amiga e disse: ‘Era **ele**. Eu vou ser ministra das Minas e Energia’. Buluga correu para o abraço, mas foi contida: ‘É segredo absoluto. **Não podemos nos emocionar**’.

Na saída, Francenildo passou pelo banheiro e voltou de lá meio sem graça. [...] ‘O que foi?’, perguntou Wlicio. Ele respondeu: ‘Um senhor me reconheceu no **espelho**. Me disse: ‘Você **não é o caseiro** que derubou o Palocci?’ (WERNECK, 2010, quarta capa).

Nesses excertos, estão quatro imagens centrais na representação de *piauí*, que, no momento do lançamento da antologia, em 2010, colocavam-se como o exemplo do passado (FHC, José Dirceu e Francenildo) e do presente (Dilma Rousseff, que estava no segundo ano de seu primeiro mandato).

Mesmo ao fazer antologia, o propósito do Jornalismo como discurso sobre o presente, interseccionando-se com o passado e com suposta capacidade de previsão, promove efeitos de uma atualização de textos que, naquele momento, não eram originais, mas, colocados dessa forma, adquiriam contemporaneidade e relevância. Pouco se falava, à época da publicação da antologia, do personagem Francenildo, por exemplo, um caseiro transformado em peça-chave no escândalo do Mensalão. Entretanto, reunido com os demais textos, esse perfil adquire nova finalidade: ajuda a revista a transformar o discurso jornalístico, efêmero, em algo menos datado, perene, como se espera de uma publicação em livro.

Uma das regularidades do sujeito de palavra, nesses quatro trechos, são os conflitos em relação à (auto)imagem. No primeiro caso, o caráter rotineiro de uma passagem pelo raio-X do aeroporto, que demonstra que o personagem não é mais um presidente, mas um cidadão comum, provoca uma interrupção naquilo que é designado como “porte presidencial”. Por efeito de memória e pela citação ao acrônimo FHC, tem-se, no primeiro dos textos da contracapa, aquilo que também será notado na íntegra dos perfis: a projeção do ex-presidente como um modelo de político, ao qual os demais perfis aparecem como conflituosos.

Esse conflito já é notável na descrição de José Dirceu, mostrado como vaidoso (“sempre confere o penteado”) e do que se espera de uma mulher na política: o porte presidencial também significa a partir da pouca demonstração de sensibilidade: “Não podemos nos emocionar”. No excerto sobre José Dirceu, um dos sentidos possíveis diz respeito ao que é conferido diante de uma superfície especular: o colarinho. É ele que é arrumado, e não “a gola”, “a camisa” ou “a gravata”, cada uma dessas expressões sendo capaz de indicar também a preocupação com a imagem por metonímia.

No entanto, por efeito de memória, a partir do que está enunciado e do que à época já circulava sobre José Dirceu, pode-se acionar a expressão “crime do colarinho branco”, utilizada desde os anos 1930 para designar ações escusas de agentes públicos

ou empresários, por referência à roupa que, em geral, está presente nas representações desses grupos.

Expressão muito utilizada nos anos 1990 em notícias que abordavam crimes de corrupção e envolvimento com empresas, como em casos de propina, os “crimes do colarinho branco” foram tema de estudos do jurista Edwin Sutherland, a quem se atribui também a criação do termo em 1939. De acordo com o autor, o que na reflexão que faço aqui, passa a fazer parte da memória discursiva, os criminosos de “colarinho branco”, em geral, são caucasianos, de meia idade, experientes na área em que atuam, tem influência social e fazem parte da elite política e/ou econômica (SILVEIRA, 2017).

O terceiro trecho traz a representação de Dilma, associando-a, pela memória discursiva, a uma criação de Lula. Embora houvesse muitos outros trechos possíveis de serem destacados na trajetória da ex-presidenta, é a menção à decisão de Lula que reverbera: “Era ele”, enuncia o trecho. Apesar de não ter o nome citado, produz-se efeito de evidência: quem não saberia, pelo que está enunciado – “vou ser ministra [dele]” – ou pela memória, trazendo a estabilidade de uma representação, quem era o personagem cujo nome foi omitido?. “Ele”, no entanto, é também aquele que, diferente de FHC, ficou de fora da coletânea: Lula não tem narrativa a ele dedicada em nenhum dos volumes de *piauí*.

Por fim, há mais uma menção à (auto)imagem no trecho sobre Francenildo, numa dubiedade entre ser sujeito e ser objeto de uma ação. Único representante do povo entre os perfis da coletânea, esse personagem não promove uma identificação imediata para a maioria dos leitores. É muito mais fácil que qualquer um dos outros três seja facilmente reconhecido por qualquer brasileiro, seja pelo nome próprio ou pela imagem. No caso de Francenildo, tornar-se perfilado tem a ver com uma ação específica, que o faz também ser reconhecido. A ideia de anonimato, de imagem difusa, está presente no enunciado, que aparece como uma interrogação na forma negativa: “Você *não* é o caseiro que derrubou o Pallocci?”

Não é necessária nenhuma estrutura apositiva ou antonomásia, por exemplo, para explicar quem seja Dilma, Dirceu ou FHC, mas o espelho que reflete Francenildo não é tão plano quanto a superfície da mesma natureza que, ao acionar a memória, reflete Dirceu: o caseiro só existe em relação a outros sujeitos e ao que ele desempenhou como

papel no processo político. O espelho que reflete e que representa, pela linguagem, o sujeito de palavra, também demonstra que a peça mantém essa preocupação em mostrar quem é importante a partir de papéis identificáveis e reconhecíveis. A imagem refletida de Dirceu volta-se sobre ele mesmo: é o político do colarinho, da corrupção. A imagem de Francenildo serve ao outro. É isso que o humaniza e o coloca numa coletânea em que todos os outros personagens ocuparam cargos eletivos ou posições de destaque nacional.

4. Sobre a vida, a ideologia

Nesses recortes, que permitem acessar a rede de sentidos dos perfis, a forma de perfilar em *piauí* retoma vários discursos e posicionamentos já verificados na grande imprensa. Diversos trabalhos dedicam-se a demonstrar e a analisar o papel do Jornalismo na constituição dessa memória sobre fatos e pessoas. Como lembra Dela-Silva (2018), as imagens projetadas pela mídia, em razão de sua

circulação ininterrupta e a insistência em suas formulações, (...) por sua relevância nos processos de estabilização de sentidos, não produz apenas imagens que concorrem com outras (...), [mas] produz representações, efeitos de cristalização de sentido, (...) vai dizendo ao sujeito o que é ser sujeito na atualidade” (p. 89).

Esse dizer “o que é ser” está intimamente ligado às narrativas biográficas, à medida que a relação de confiança entre autor e leitor se dá pelo efeito de humanização, pelo que é evidenciado e pelo que é apagado na enunciação. Por outro lado, o Jornalismo busca destacar a novidade, o relevante de uma vida ao contá-la, fazendo também com que o sujeito de palavra esteja sempre em movimento: mesmo ao ser igual, no sentido de ter as mesmas coisas a (se) dizer, é preciso reforçar sua diferença para ter um lugar nesse espaço biográfico.

Quando o assunto são os políticos brasileiros, diversos estudos focalizam como candidatos ou ocupantes de cargos públicos são representados, permitindo identificar vestígios do que seria enunciável pelo Jornalismo na formação discursiva da grande imprensa. Autores, como Renault da Silva (2006), empenharam-se em demonstrar como os veículos hegemônicos dedicaram-se a construir uma imagem de políticos como FHC associada a uma representação de sujeito “talhado para o cargo” (p. 342), enquanto Luiz

Inácio Lula da Silva, associado ao sindicalismo e ao passado de metalúrgico, tinha sua representação atrelada ao radicalismo, à falta de formação e à incompatibilidade para o cargo de presidente. Da mesma forma, Barbara e Gomes (2010) mostram como a imagem de Dilma é construída a partir da representação de uma mulher que chega ao poder conduzida por um homem, a partir da retomada de limites historicamente colocados como evidentes e naturalizados para cada gênero.

Assim, como efeito de se encontrar na verdade e de dizê-la, o discurso jornalístico, além de fazer “parte do processo histórico na seleção de acontecimentos que serão recordados no futuro” (MARIANI, 2003, p. 33), acaba por dizer o que é a história, e constituir um modo de recordação do passado e de compreensão do presente. Os fatos ou as pessoas não se dividem, no mundo empírico, entre “jornalísticos/ jornalísticas” e “não jornalísticos/ não jornalísticas”. Mas a imprensa funciona etiquetando esses acontecimentos, dizendo o que são e o que não são, o que representam ou não. Esse gesto, inclusive, afeta o discurso historiográfico que, costumeiramente, tem a imprensa como um de seus documentos de acesso ao ocorrido. Entre o “ocorrido” e o “recortado”, está sempre o ideológico.

Apenas para focar a República, no Brasil, as conexões entre poderes políticos e imprensa foram decisivas durante a instauração desse sistema político no final do século XIX. No Rio de Janeiro, no período que se sucedeu à Proclamação (15.11.1889), jornais dividiam-se entre monarquistas e defensores republicanos. Esses últimos utilizaram narrativas biográficas para projetar novos heróis nacionais. Esse fato era necessário não só em função de uma propaganda política, mas também porque, como arranjo de pequenos grupos, a República não teve participação popular em sua instalação no País (CARVALHO, 1990). Fruto de um golpe militar, ela nasce deixando à margem o povo. Escrever sobre pessoas constituiu-se como uma das formas de dar sentido ao fato.

Os perfis dos líderes da República publicados em jornais passaram a compor os discursos que, pela repetição, contribuíram para a formação de uma identidade nacional. Ao lado da criação dos símbolos, como a nova bandeira e o Hino, a retomada de outros personagens, cuja biografia era repetida com frequência, como é o caso de Tiradentes, foi um dos artificios para dar à nação imagens do “corpo de seu povo que a República não foi capaz de reconstituir” (CARVALHO, 1990). Da mesma forma, nos anos seguin-

tes, foi por meio da imprensa que a propaganda da República foi feita, por meio de publicações que reafirmavam os valores republicanos.

Passado mais de um século desses acontecimentos, *piauí* também se propõe a explicar a República por meio de perfis. O que se verifica pela análise apresentada neste texto é que, embora se coloque num lugar de diferenciação estética, a revista, ao abordar a política nacional, o faz a partir de posições que pouco se distanciam do já observado em outras publicações brasileiras, filiando-se aos mesmos processos de constituição discursiva.

Se o jornalista que se embrenhou na elaboração dos perfis tem a consciência de formular seus textos a partir de estratégias consagradas do Jornalismo Literário, como a narração e a descrição, ele é também um sujeito pelo qual a ideologia e a memória se fazem presentes, pelo qual se acessam discursos e representações sobre a vida política no País. Esse jornalista se espelha no diferente da literatura, mas cai na contradição imposta por aquilo que o interpela. Não consegue dizer do outro sem dizer de si mesmo. Não consegue fugir para o diferente, se está impactado pelo igual. Narrando ou descrevendo, organizam-se representações de vida que, em análise, dizem mais sobre o ideológico e as condições de produção do que propriamente sobre a vida.

5. Sujeitos e palavras (s)em evidência e (in)quietos

O fazer biográfico é colocado, historicamente, como um dizer que apresentaria os dados essenciais sobre uma pessoa, seus ancestrais e suas ações relevantes. A análise de *piauí* ofereceu um profícuo caminho para compreender esses processos enquanto discursos, como encontro de atualidade (no gesto de “parecer-ser” a história de alguém) e de memória.

Num movimento ininterrupto, as narrativas de *piauí*, colocadas em circulação na antologia, também passam a constituir o espaço biográfico (LEJEUNE, [1980] 2008), produzindo memória e sedimentando representações. Ao mesmo tempo, constrói modelos sobre a (não) ação política e sobre o ato de escrever perfis. Retomo aqui a imagem de professores a utilizar a revista *piauí* como exemplo de Jornalismo Literário – o que, de fato, é, do ponto de vista da linguagem –, para ensinar técnicas jornalísticas em cursos superiores do Brasil.

Os casos em análise mostram que o sujeito de palavra se humaniza, para *piauí*, motivado por regiões de memória marcadas, sobretudo, por quatro determinações: 1) as relações hierarquizadas de gênero; 2) a política compreendida como um jogo de papéis, desempenhados pelos atores sociais; 3) a proposta de atualidade do Jornalismo, mesmo sendo uma narrativa biográfica e no suporte livro; e 4) a determinação econômica, que coloca a rede de sentidos midiáticos aliada à elite brasileira.

Piauí coloca-se e é colocada, por reiteradas abordagens, como o discurso do diferente em relação ao restante da imprensa. Assim, autopromove-se em outros modos de circulação, não só pelos aspectos como empresa jornalística, mas, sobretudo, do ponto de vista discursivo, como a revista que se projeta por fazer pensar, dirigindo-se a um leitor com alta capacidade de reflexão.

Essa diferenciação no modo de circulação se marca também pela formulação: o formato editorial, as capas, a pouca presença de imagens, os textos longos e a linguagem literária. No entanto, furando essa ideia de diferenciação, está a constituição do discurso, que pouco se diferencia das imagens tradicionais da imprensa. Há, portanto, um deslizamento que não se metaforiza em sua completude.

“Humanizar”, nos perfis de *piauí*, significa, em primeiro lugar, distribuir papéis, colocar o sujeito de palavra em determinados lugares que são aqueles que produzirão identificação no interlocutor da revista, pelo efeito-leitor-biográfico. Assim, como produto dessa humanização, sobredeterminada pelo ideológico, também aparecem os sentidos de político e de republicano, afinal o volume tinha como título “Vultos da República”, nome também de uma editoria da revista.

Em *piauí*, a República é o espaço de alguns que, do lugar em que estão, incorporam traços e constituem a representação do brasileiro por efeito de memória: o corrupto, a naturalização de ricos no papel de líderes e de pobres que pouco aparecem, pouco fazem parte das decisões, significam a partir da relação com a elite.

Na *Carta de Intenções*, que publicou em 2006, antes do primeiro número, *piauí* considera que “ainda não se inventou nada melhor que gente” (PIAUÍ, 2006). E, dessa reafirmação, também enuncia o que é ser gente na República: é, além de distribuir papéis, inseri-los em determinações e hierarquias de gênero. Portanto, do lugar de enunciação da revista, ser republicano é diferente de ser republicana: mulheres precisam de

maridos, de pais, de chancelas de homens para se constituir e para serem perfiladas, para que se possa falar delas e para que possam exercer a política.

Ao se rememorarem estereótipos, também são estabelecidas relações de causa e efeito e, por meio delas, reforça-se no efeito-leitor-biográfico o que é evidente, o que todo mundo sabe como é: povo, político, republicano. Sujeitos quietos. Na linha da reafirmação dos dizeres que constituem as coisas-a-saber sobre o Brasil, aparece o discurso de que aquilo que está no Exterior tem mais valor, afinal, a representação do político construído como modelo, FHC, é feita a partir da descrição daquele que está fora do País, reconhecido internacionalmente. Mas isso também significa promover apagamentos: outros foram referenciados lá fora, mas são silenciados, alçados como coadjuvantes ou como adversários, como é o caso da ausência de Lula nas antologias e de sua colocação como coadjuvante nas narrativas.

Por essa via, a questão da linguagem esteticamente trabalhada, que seria uma característica da literatura a justificar os gestos de escrita no Jornalismo Literário e, por extensão, na narrativa biográfica, fica expandida para além do jogo estilístico: ela se encontra em parte ligada ao significante e em parte à sua totalidade histórico-ideológica. A poesia, a literatura, as formas ditas criativas não estão na língua, mas no sujeito que as formula e naquele que entra em contato pela leitura, de seu lugar discursivo. Sujeitos inquietos, em movimento.

No sujeito de palavra de *piauí*, encontram-se, assim, um conjunto de dizeres que, embora o coloque em outro lugar como efeito de linguagem – saber/ poder, descrever/ ser descrito, saber fazer/ ser feito literatura, contar/ conter – pouco questiona estruturas cristalizadas. Vultos, por isso ou a partir disso...

Referências bibliográficas

CARVALHO, José Murilo. **A formação das almas**: o imaginário da república no Brasil. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.

COLLET, Neusa and ROZENDO, Célia Alves. Humanização e trabalho na enfermagem. **Rev. bras. enferm.**, v. 56, n. 2, 2003, pp.189-192. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-71672003000200016&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 30 jul. 2020.

DELA-SILVA, Silmara. Fazer jornalismo, fazer história? Os 45 anos de *Veja*, o discurso jornalístico, o (im)perceptível. In: MARIANI, Bethania; MOREIRA, Carla Barbosa; DIAS, Juciele

Pereira; BECK, Maurício (Orgs.). **Indizível, imperceptível e ininteligível: O sujeito contemporâneo e seus arquivos**. 1ed. Niterói: EdUFF, 2016, v. , p. 189-202.

LEJEUNE, Phillipe. **O pacto autobiográfico**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

LIMA, Edvaldo Pereira. **Páginas ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura – Jornalismo Literário**. 4. ed. Barueri: Manole, 2009.

MAIA, Marta. Perfil: a composição textual do sujeito. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013, p. 176-188.

MARIANI, Bethânia. Os primórdios da imprensa no Brasil (ou: de como o discurso jornalístico constrói memória). In: ORLANDI, Eni. **Discurso fundador: a formação do país e a construção da identidade nacional**. 3. ed. Campinas: Pontes, 2003, p. 31-42.

NASCIMENTO, Felipe. **Entre as fronteiras da terra prometida: os trabalhos da memória e da história na representação dos brasiguaios**. 2015. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Letras. Recife, Universidade Federal de Pernambuco, 2015.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso – princípios e procedimentos**. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009.

ORMANEZE, Fabiano. **O sujeito de palavra: o discurso sobre política nas narrativas biográficas de piauí**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Linguística. Instituto de Estudos da Linguagem (IEL), Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Campinas, 2019. Disponível em: <http://repositorio.unicamp.br/jspui/handle/REPOSIP/335700>. Acesso em: 30 jul. 2020.

PASSOS, Mateus Yuri. Jornalismo literário, humanização e polifonia: perfis da música erudita em *piauí*. **Estudos da Comunicação**. Curitiba: PUCPR, v. 15, n. 36, jan./abr. 2014, p. 64-78. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/index.php/estudosdecomunicacao/article/viewFile/22453/21543>. Acesso em: 18 jul. 2020.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**. Campinas: Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**. 5. ed. Campinas: Unicamp, 2014, p. 59-158.

PIAUI. Carta de intenções. **Revista Veja**. 03 out. 2006.

RECHETNICOU, Amanda Oliveira; VIEIRA, Viviane C. Gênero, Política e Mídia: uma análise da representação e identificação de Dilma Rousseff no ano de 2016. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero. **Anais...** Florianópolis, 2017. Disponível em: http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499469605_ARQUIVO_Artigo_AmandaRechetnicou_VivianeVieira.pdf. Acesso em: 10 jul. 2020.

RENAULT DA SILVA, David. **Nunca foi tão fácil fazer cruz numa cédula: a era FHC nas representações da mídia brasileira**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em História. Brasília: Universidade de Brasília, 2006.

SILVEIRA, Marina de Campos. **A prática do crime do colarinho branco no Brasil: uma análise segundo a visão de Sutherland e Friedrichs**, 2017. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/57329/a-pratica-do-crime-do-colarinho-branco-no-brasil-uma-analise-segundo-a-visao-de-sutherland-e-friedrichs/2>. Acesso em: 01 jul. 2019.

VILAS BOAS, Sérgio. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.

SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo
18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo
3 a 6 de Novembro de 2020



WERNECK, Humberto (org.). **Vultos da República**: os melhores perfis políticos da revista *piauí*. São Paulo: Cia. das Letras, 2010.