

## RESSIGNIFICAÇÃO DA PANDEMIA: aceitabilidade no discurso midiático<sup>1</sup>

*Resignification of the pandemic: acceptability in the media discourse*

*Damião Francisco Boucher<sup>2</sup>*

*Thiago Barbosa Soares<sup>3</sup>*

**Resumo:** O presente artigo visa analisar o discurso acerca da pandemia no Brasil e compreender como a mídia se vale do mecanismo de antecipação, do humor, das memórias discursivas e dos deslocamentos semânticos para construir uma determinada argumentação e, conseqüentemente, conquistar objetivos publicitários, através do efeito da aceitabilidade discursiva. Para alcançar tal empreendimento, faz-se necessário a utilização dos referenciais teórico-metodológicos da Análise do Discurso, sobretudo as noções de antecipação, dos processos parafrásticos e polissêmicos, de silêncio constitutivo, das memórias discursivas, e de outros dispositivos indispensáveis na mobilização da dinâmica descritiva-interpretativa. Utilizamos como corpus as capas da revista *Veja* com os títulos “A vitória da vacina” de 27 de janeiro de 2021 e “Uma conquista histórica” de 16 de dezembro de 2020. Através da análise, esperamos compreender como o retorno às memórias discursivas e os deslocamentos de sentidos funcionam em um entrecruzamento

<sup>1</sup> Artigo derivado do projeto de pesquisa intitulado “O sucesso midiático como ponte para o sucesso político” sob o número de registro 3441 junto à Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação da UFT.

<sup>2</sup> É professor na Rede Dom Bosco de Ensino de Palmas, Tocantins. Graduado em Letras pela Universidade Federal do Tocantins (2012), Campos de Porto Nacional; Pós-graduado em Análise do Discurso Político e Jurídico pela Faculdade Unyleya, Rio de Janeiro (2017); Pós-graduado em Psicologia Junguiana pela Faculdade Unyleya, Rio de Janeiro (2018); Mestre em Letras pelo Programa de Pós-Graduação em Letras Universidade Federal do Tocantins no campus de Porto Nacional (2021). E-mail: [boucherplace@gmail.com](mailto:boucherplace@gmail.com)

<sup>3</sup> É professor nos cursos de graduação em Letras e de pós-graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins no campus de Porto Nacional. Graduado em Letras, português/inglês, pela Universidade do Vale do Sapucaí, em Psicologia pela Universidade Paulista (2014) e em Filosofia pela Universidade de Franca (2014), especializado em Estudos Literários pela Faculdade Comunitária de Campinas (2013), mestre em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2015) e doutor em Linguística pela Universidade Federal de São Carlos (2018). Email: [thiago.soares@mail.uff.edu.br](mailto:thiago.soares@mail.uff.edu.br)

verbo-visual de modo a estimular o ato da leitura e a silenciar constitutivamente acontecimentos, sujeitos e sentidos ao passo que empreende uma subjetivação pelo efeito da aceitabilidade discursiva.

**Palavras-chave:** Aceitabilidade; Discurso; Memórias discursivas; Mídia e Pandemia.

**Abstract:** This article aims to analyze discourse about the pandemic in Brazil and understand how the media uses the anticipation mechanism, humor, discursive memories and semantic displacements to build their arguments and, consequently, conquer their advertising objectives, through the effect of discursive acceptability. To achieve this goal, it is necessary to use the theoretical and methodological frameworks of Discourse Analysis, especially the notions of anticipation, paraphrastic and polysemic processes, constitutive silence, discursive memories, and other indispensable devices in the mobilization of dynamics descriptive-interpretative. We used as a corpus, the covers of *Veja* magazine with the titles “The victory of the vaccine” of January 27th, 2021 and “A historic achievement” of December 16th, 2020. Through the analysis, we hope to comprehend how the return to discursive memories and the displacements of meanings work in a verbal-visual intersection in order to stimulate the act of reading and to constitutively silence events, subjects and senses while undertaking subjectivation by the effect of discursive acceptability.

**Keywords:** Acceptability; Discourse; Discursive memories; Media and Pandemic.

## 1 INTRODUÇÃO

Segundo dados da Fiocruz/Brasil (CCS/Fiocruz, 2022)<sup>4</sup>, estima-se que cerca de 689.000 pessoas perderam a vida por causa da COVID-19.

---

<sup>4</sup> Acesso em 21 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/covid-19-vacinacao-mais-acelerada-no-inicio-teria-salvado-cerca-de-47-mil-idosos>

A Fundação Getúlio Vargas também divulgou dados em cujo número de óbito chega a 650 mil, desde o início da pandemia, (FGV, 2022)<sup>5</sup>. De acordo com esses mesmos dados, no Brasil, atualmente há mais de 350 óbitos causados pelo vírus ao dia. Diante desses dados, e de tantos outros divulgados, temos visto a formação de uma rede de dizeres sobre o impacto da COVID-19 na sociedade brasileira que modifica sentidos e influencia sujeitos. Difusores de informações no Brasil divulgam discursos acerca da pandemia, em efeitos de sentidos hiperbólicos ou eufemísticos, adequando tais informações e tons discursivos de acordo com seus interesses e delimitados por suas respectivas formações sociais. Esse trabalho de construção discursiva, quase sempre, entrecruza discursividades verbais e visuais na busca de uma melhor eficiência argumentativa, promovendo uma intrincada rede de sentidos que, em muitos casos, é constituída pelo humor, por outros acontecimentos discursivos, homogeneizados no campo da atualização enunciativa, afetando sujeitos, sentidos e o real da história (ORLANDI, 2015).

Nessa perspectiva, sujeitos e sentidos são afetados a partir do movimento de interlocução. Isto é, quando enunciador e enunciatário, em determinadas condições de produção, põem em marcha a enunciação. Como ressalta Benveniste (1976, p. 139), estes são os “comportamentos fundamentais do homem falando e agindo pelo discurso sobre o seu interlocutor: quer transmitir-lhe um elemento de conhecimento, ou obter dele uma informação, ou dar-lhe uma ordem”.

No contexto da leitura de capas de revista, o enunciatário, através de sua leitura, põe-se em contato com o enunciador. Este, para convencer seu leitor a continuar lendo determinada matéria, inconsciente ou conscientemente, utiliza-se de vários mecanismos e efeitos de sentidos cuja função é tocar as filiações ideológicas de seu

---

<sup>5</sup> Acesso em 21 de fevereiro de 2021. Disponível em:  
<https://blogdoibre.fgv.br/posts/dois-anos-de-pandemia-capital-humano-perdido-com-covid-no-brasil-rj-e-sp>

enunciatário que, a depender da percepção e afetação desses enunciados, recepciona as ideias ou as refuta (PERELMAN; TYTECA, 2005).

Diante desse contexto, visamos analisar o discurso acerca da pandemia no Brasil e depreender como a mídia, valendo-se do mecanismo da antecipação, do teor humorístico, das memórias discursivas (ACHARD, 2015) e dos deslocamentos semânticos, consegue “prender” a atenção do leitor e, conseqüentemente, conquistar seus objetivos publicitários através do efeito da aceitabilidade discursiva, isto é, aquilo que causa a adesão dos sujeitos por analogias ou comparações as quais possibilitam “reconstruir um tema consoante uma estrutura plausível, reconstrução ainda mais útil porquanto essa estrutura não pode ser conhecida diretamente” (PERELMAN; TYTECA, 2005, p. 434).

Com o intuito de examinar o funcionamento desses efeitos explícitos e especialmente implícitos (DUCROT, 1987), utilizaremos os referenciais teórico-metodológicos da Análise do Discurso (AD), especificamente as noções de paráfrase e polissemia, de silêncio constitutivo, das memórias discursivas, do movimento inter e intradiscursivo e outros princípios e procedimentos indispensáveis na mobilização da dinâmica descritiva-interpretativa. Dessa perspectiva, analisaremos as capas da revista *Veja* com os títulos “A vitória da vacina”, de 22 de janeiro de 2021, e “Uma conquista histórica”, de 11 de dezembro de 2020.

Com isso, pretendemos esclarecer como as memórias (ACHARD, 2015), as relações intericônicas (COURTINE, 2011) e os deslocamentos funcionam na interseção do verbo-visual, de modo a promover o ato de ler e a silenciar constitutivamente acontecimentos, sujeitos e sentidos ao passo que empreende uma subjetivação pelo efeito da aceitabilidade discursiva.

## 2 FILIAÇÕES TEÓRICAS DA ANÁLISE DO DISCURSO: DESDOBRAMENTOS

Antes das análises propostas, iniciamos algumas considerações acerca das filiações teóricas da Análise do Discurso com o intuito de compreendermos o funcionamento daquilo que é compreendido como o efeito da “aceitabilidade discursiva” no campo midiático. Para isso, como mencionamos, permearemos alguns conceitos fulcrais estabelecidos em 1969, “o ano em que nascem duas grandes publicações para a Análise do Discurso, a lembrar, *Análise Automática do Discurso*, de Michel Pêcheux, e *A Arqueologia do Saber*, de Michel Foucault” (SOARES, 2021, p. 167). Também tocaremos em dois princípios freudianos, considerando as devidas convergências e divergências, a saber, o princípio do prazer/desprazer e o princípio da realidade, com vistas a compreender como a língua (relativamente autônoma), em seu contato com a história, afeta sujeitos e sentidos pelo objeto próprio da AD que é o discurso (ORLANDI, 2015).

Em princípio, em 1968, quando as obras de Karl Marx (Sociologia), Sigmund Freud (Psicanálise) e de Ferdinand Saussure (Linguística) aparentemente não conseguem dar conta de explicar determinados fenômenos em seus respectivos campos, Althusser, Lacan e Pêcheux empreendem novas interpretações dessas obras (SOARES, 2018a). Este último põe em marcha um extensivo trabalho de releitura saussuriana trazendo também para o campo da Linguística as contribuições de Althusser e Lacan, a saber, o materialismo histórico e a Psicanálise respectivamente. A ideia pecheuxtiana de entrelaçar esses campos distintos faz emergir o acontecimento da Análise do Discurso (SOARES, 2021).

Também nessa perspectiva embrionária, Orlandi (2015) esclarece que:

A Análise do Discurso é herdeira das três regiões de conhecimento – Psicanálise, Linguística, Marxismo – não o é de modo servil e trabalha uma noção – a de discurso – que não se

reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco teoriza o que corresponde à Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele (ORLANDI, 2015, p. 18).

Dessa visão, nota-se que a AD busca compreender os fenômenos discursivos considerando o sistema, a estrutura linguística, mas também o acontecimento e a influência do inconsciente na dinâmica enunciativa e na produção simbólica. Dessas contribuições, podemos corroborar que através do estudo do inconsciente na AD, conseguimos observar sua manifestação em muitos fenômenos que se apresentam nos discursos, como por exemplo, o esquecimento número 1<sup>6</sup> (PÊCHEUX, 1997). Desse modo, por essa presença latente do inconsciente na materialidade discursiva, podemos afirmar que Pêcheux é feliz ao incluir noções da Psicanálise no estudo do sujeito cujo funcionamento discursivo se dá “pelo inconsciente e pela ideologia”. (ORLANDI, 2015, p.18).

Dessa maneira, compreendemos que o entrelaçamento teórico, entre o linguístico, o social e a subjetividade, torna viável enxergar novas possibilidades de leitura. Nesse contexto teórico, podemos afirmar que as fronteiras da AD estão consolidadas, no entanto, devido à natureza de seu objeto de análise (o discurso) e de sua abrangência em campos distintos, há sempre espaço para o desenvolvimento de novas perspectivas teórico-metodológicas, pois o mesmo se manifesta em uma gama de expressões humanas (literárias, artísticas, culturais, científicas etc.). Assim, a cada dia, em diversas áreas, especialmente no campo do *marketing*, torna-se premente os estudos dos efeitos discursivos na

---

<sup>6</sup> Enquanto o esquecimento número 2 (zona nº 2) é da ordem da enunciação, o esquecimento número 1 (zona nº 1) é da instância do inconsciente. Este é ideológico e nos causa a ilusão de que somos a origem do que dizemos, quando de fato recorremos àquilo que já existe latente em nossa formação discursiva. Aquele produz em nossas mentes a ilusão de uma realidade do pensamento, ou seja, temos uma ilusão referencial que acreditamos haver uma relação natural entre as palavras e as coisas.

aceitabilidade, isto é, na adesão ” (PERELMAN e TYTECA, 2005) de produtos, marcas e serviços em geral.

Sobre esse efeito e suas implicações, Perelman e Tyteca (2005, p. 30) asseveram que “para quem está preocupado com o caráter racional da adesão, convencer é mais do que persuadir. Aliás, ora essa característica racional da convicção depende de meios utilizados, ora das faculdades às quais o orador se dirige”. Em outros termos, os efeitos da aceitabilidade discursiva, diferentemente da persuasão, conduzem o enunciatário ao convencimento por meio da razão ou por argumentos bem fundados, fazendo-o aceitar uma ideia ou admitir uma representação como realidade.

Por esse motivo, para a difusão dos produtos e serviços, a mídia elabora suas notícias, informações e, sobretudo, escolhe os elementos linguísticos que possam impactar de maneira eficiente a contraparte consumidora. Mas para a aceitabilidade da produção enunciativa, tais conteúdos devem seguir um roteiro de previsibilidade. Nesse caso, o sujeito-consumidor (leitor, telespectador, ouvinte, etc.) espera que o conteúdo o agrade e quando o faz, “sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto” (ADORNO; HORKHEIME, 1985, p. 59).

Nessa ótica, compreende-se que certos fatores são escrutinados pelo enunciatário no momento da elaboração discursiva para que o enunciatário minimamente recepcione aquilo que está sendo exposto. A AD concebe esse funcionamento discursivo como antecipação. Esse mecanismo trabalha na perspectiva dos esquecimentos, segundo a qual:

o sujeito pode penetrar conscientemente na zona do nº 2 e que ele o faz em realidade constantemente por um retorno de seu discurso sobre si uma antecipação de seu efeito, e pela consideração da defasagem que aí introduz o discurso de um outro. Na medida em que o sujeito se corrige para explicitar a si próprio o que disse, para aprofundar "o que pensa" e formulá-lo mais adequadamente pode-se dizer que esta zona nº 2, que é a dos processos de enunciação, se caracteriza por um funcionamento do tipo pré-consciente/consciente. Por

oposição, o esquecimento nº 1, cuja zona é inacessível ao sujeito, precisamente por esta razão aparece como constitutiva da subjetividade na língua (PÊCHEUX, 1997, p. 177).

Ainda sobre o mecanismo de antecipação, alguns cuidados são tomados a fim de que certos efeitos sonoros e estético-visuais não causem desconfortos nos indivíduos. Dessa maneira, como na construção de qualquer estética aceitável, o enunciador “tem a capacidade de colocar-se no lugar em que o seu interlocutor ‘ouve’ suas palavras” (ORLANDI, 2015, p. 37, aspas da autora), procurando minimizar ou até “apagar” esses “ruídos”, esses efeitos de sentidos específicos que podem afetar negativamente o outro, porquanto as filiações ideológicas desse “outro” também determinam aquilo que pode e deve ser recepcionado.

A esse apagamento, Orlandi (2007) o classifica como silêncio constitutivo. Segundo à autora, este faz parte de uma instância mais ampla de natureza sócio-histórica e que, estabelecido pelo caráter fundador do silêncio, ou seja, o real do discurso que distingue o dito e o não-dito:

pertence à própria ordem de produção do sentido e preside qualquer produção de linguagem. Representa a política do silêncio como um efeito de discurso que instala o anti-implícito: se diz “x” para não (deixar) dizer “y”, este sendo o sentido a se descartar do dito. É o não-dito necessariamente excluído. Por aí se apagam os sentidos que se quer evitar, sentidos que poderiam instalar o trabalho significativo de uma “outra” formação discursiva, uma “outra” região de sentidos (ORLANDI, 2007, p. 73).

Esse apagamento tem a função de silenciar sentidos e não deixar explícitos certos “ruídos ideológicos” que poderiam afetar a formação discursiva do público-alvo e, conseqüentemente afastá-los de sua atividade interpretativa. Quando explícitos, não é incomum muitos sujeitos ser impelidos a não recepcionar (ler, assistir, ouvir etc.) determinadas matérias que hiperbolicamente depreciam seus costumes,



sua conduta religiosa, assim como sua posição político-partidária. Por isso, colocar-se no lugar do outro para antecipar aquilo que “soaria bem” e apagar os efeitos indesejáveis nos discursos são movimentos de natureza pré-consciente/consciente, inerentes ao sujeito.

Em contrapartida, a não recepção de certos discursos é também consequência da manifestação desse pré-consciente/consciente, mas, sobretudo do inconsciente. Percebemos desse ponto que a subjetividade é guiada pelo princípio do prazer/desprazer e consequentemente do princípio da realidade (FREUD, 2010). Não queremos aqui enveredar pelo caminho puramente psicanalítico, orientando-nos por certos princípios que desconsideram o real da língua e da historicidade, no entanto, decidimos por esse breve percurso teórico, porquanto considerar os efeitos da materialidade linguística no inconsciente, é condição *sine qua non* para uma análise acurada a qual articula o social e o linguístico, associando-os ao inconsciente e consequentemente à produção simbólica de sentidos, sendo este último um de seus campos constitutivos.

Segundo Freud (2010):

A maior parte do desprazer que sentimos é desprazer de percepção, seja percepção da presença de instintos insatisfeitos ou percepção externa, que é penosa em si ou que provoca expectativas desprazerosas no aparelho psíquico, sendo por ele reconhecida como “perigo” (FREUD, 2010, p. 126).

Esse prazer/desprazer, acionado pela oposição aos valores políticos, sociais, culturais, etc., materializa-se através da recepção de dada atividade visual e sonora cujo contato com as formações sociais do enunciatário, interpela-o em sujeito da conformidade (prazer) ou da oposição (desprazer). Freud (2010) ainda conclui que:

Por influência dos instintos de autoconservação do Eu é substituído pelo *princípio da realidade*, que, sem abandonar a

intenção de obter afinal o prazer, exige e consegue o adiamento da satisfação, a renúncia a várias possibilidades desta e a temporária aceitação do desprazer, num longo rodeio para chegar ao prazer. (FREUD, [1920], 2010, p.123).

Sem confundir o “eu indivíduo” da psicanálise, mas o colocando na perspectiva de um “eu” interpelado em sujeito pela ideologia (PÊCHEUX, 1997), guardadas as devidas diferenças, trazemos essa noção para a perspectiva discursiva no intuito de compreendermos como os efeitos de aceitabilidade são tocados pelo princípio da realidade e são postos em funcionamento pela enunciação. No desenvolver de suas formações discursivas, ou seja, do conjunto de regularidades enunciativas capaz de impor o que pode e deve ser dito em determinadas condições de enunciação (PÊCHEUX, 1997), os princípios do prazer/desprazer e o da realidade, por diversas razões, estão intimamente associados à subjetividade e ao confronto simbólico pelo canal da “percepção externa” (FREUD, 2010, p.123), estabelecendo, como já referido, uma correlação com aquilo que pode e deve ser recepcionado.

Assim, diante da oposição ideológica que se apresenta como um tipo de desprazer criada no contato entre enunciador-enunciado e enunciatário e suas formações discursivas, o campo midiático, guiado pelo estatuto da antecipação, procura se valer de diversos recursos discursivos para ressignificar sujeitos e sentidos, ao passo que os hiperboliza ou os eufemiza, apagando as impressões dessa oposição para não causar, no primeiro contato, o desprazer, buscando memórias discursivas (ACHARD, 2015), valendo-se do humor (BOUCHER e SOARES, 2020), entre outros, afim de criar efeitos de aceitabilidade. Isto é, efeitos evocadores de “neutralidade” que, associados a acontecimentos

universais<sup>7</sup> e a outros recursos verbo-visuais estimulam, pela resignificação dos sentidos, os sujeitos a recepcionarem mais facilmente ou com menor resistência dada informação.

Sobre o retorno às memórias discursivas e a pré-construídos como, por exemplo, “conquista” e “vitória” que fazem parte de nosso exame, esclarecemos que as memórias sociais estão “inteiramente e naturalmente presente nos arquivos das mídias” (DAVALLON, 2015, p. 21). Sendo assim, uma materialidade recursiva sempre emerge de já-ditos e já-ouvidos (PÊCHEUX, 1997).

Dito isso, também elucidamos que os movimentos de intericonicidade (COURTINE, 2011), isto é, o fenômeno que integra e relaciona imagens através da memória, em um movimento de transversalidade e a interdiscursividade proporcionam aos meios de comunicação buscar nessas memórias, sentidos que reivindicam lugar no campo da formulação enunciativa, isto é, no movimento intradiscursivo.

Por isso, esses dois movimentos, na perspectiva de Courtine (2014), não podem ser dissociados da formação discursiva do sujeito enunciativo, no caso a revista. Em outras palavras, aquilo que já foi dito, clivado pelos esquecimentos de ordem enunciativa e de natureza do inconsciente (PÊCHEUX, 1997), faz emergir sentidos que atualizam a base enunciativa da formulação. Por essa razão, podemos depreender, identificar e escrutinar determinadas formações sociais “em razão, por exemplo, de sua especialização” (COURTINE, 2014, p. 73).

A partir dessas considerações, como pudemos ver, a AD com seus princípios e procedimentos viabiliza a compreensão de variados acontecimentos discursivos tocando campos distintos, porquanto carrega consigo aparatos teóricos-metodológicos que possibilitam a

---

<sup>7</sup> Termo utilizado para tratar de acontecimentos que são tidos como comuns e aceitos pela maioria das formações ideológicas sem contraposição, como por exemplo, a paz mundial, o fim de um conflito, a erradicação da fome, a promoção de uma olimpíada, copa do mundo, etc.

interpretação verticalizada dos fenômenos linguísticos-discursivos. Após o traçado desse percurso teórico passamos às análises.

### **3 ANÁLISE: A CONSTRUÇÃO DOS EFEITOS DE ACEITABILIDADE DISCURSIVA**

A título de didatização de nosso empreendimento analítico, trazemos inicialmente uma investigação dos elementos visuais nas capas da revista *Veja* com os títulos “Uma conquista histórica”, de 16 de dezembro de 2020, e “A vitória da vacina”, de 27 de janeiro de 2021. Faremos inicialmente um movimento interdiscursivo no intuito de observarmos as estabilizações e deslocamentos semânticos causados pela dinâmica intradiscursiva. Depois, investigaremos os não-ditos, analisando alguns efeitos de sentidos eufemísticos e hiperbólicos produzidos no ato enunciativo que têm como finalidade buscar a adesão do público-alvo pela conformidade/prazer (FREUD, 2010). Assim, também investigamos sentidos pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987) nas figuras das capas da revista. Em seguida, buscamos analisar os efeitos de suavização e de silenciamento constitutivo (ORLANDI, 2007) nos elementos verbais que têm como objetivo evitar a oposição/desprazer do enunciatário (FREUD, 2010). Por fim, observamos como são construídos os efeitos de aceitabilidade (PERELMAN e TYTECA, 2005) nos discurso de *Veja* através da interpretação dos processos parafrásticos e polissêmicos.

Primeiramente, faz-se necessário o movimento interdiscursivo para compreendermos a relação de sentido estabelecida entre a formulação enunciativa e os já-ditos. Em sua atualização de dizeres, a revista *Veja* traz, em suas duas capas, mencionadas acima, acontecimentos históricos distintos, no entanto, com percursos temáticos análogos que fazem parte da memória coletiva e que reivindicam sentidos de nacionalidade, ou melhor, de comoção nacional, a saber, a Segunda Guerra Mundial e os Jogos Olímpicos.

Figura 1 – Fuzileiro dos EUA no Monte Suribachi, Japão



Fonte [https://pt.wikipedia.org/wiki/Raising\\_the\\_Flag\\_on\\_Iwo\\_Jima](https://pt.wikipedia.org/wiki/Raising_the_Flag_on_Iwo_Jima).

Figura 2 – Capa 1, Veja de 16 de dezembro de 2021



Fonte: <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2717/>.

Figura 3 – o salto com vara



Fonte: <https://globoesporte.globo.com/atletismo/noticia/com-571m-thiago-braz-fica-em-segundo-no-salto-com-vara-em-etapa-da-diamond-league.ghtml>.

Figura 4 – Capa 2Veja de 27 de dezembro de 2021



Fonte: <https://veja.abril.com.br/edicoes-veja/2722/>.

Ao observar nossos objetos de análise, na primeira capa (figura 2), intitulada “Uma conquista histórica”, publicada em 16 de dezembro de 2021,

podemos observar a releitura de um momento histórico, bem como as relações de sentidos estabelecidas entre os dois momentos distintos. A capa estabelece relações de sentidos com o acontecimento discursivo de 23 de fevereiro de 1945 (figura 1), quando o fotógrafo Joe Rosenthal tirou uma foto dos fuzileiros navais dos Estados Unidos, hasteando a bandeira norte-americana, no ponto mais alto de Iwo Jima, o Monte Suribachi.

A imagem reverbera a conquista e a vitória na sangrenta batalha que deixou pouco mais de seis mil soldados norte-americanos mortos e mais de 20 mil feridos. A referida foto é um ato discursivo militarista que, naquela época, procurava divulgar ao mundo a expansão e conquista norte-americana. Dessa forma, o apelo da revista ao momento histórico, de forma hiperbólica, faz emergir a intenção da revista em representar a situação da pandemia da COVID-19 no Brasil como uma verdadeira batalha. Também, utilizando-se dos efeitos metafóricos, a revista faz lembrar aos leitores de *Veja* que o país, “mesmo com muitas baixas” tem conquistado “a batalha científica” na luta contra o Coronavírus e contra o entrave político.

Já a segunda capa (figura 4), com o título “A vitória da vacina”, publicada em 27 de dezembro de 2021, através da releitura hiperbólica de um esporte bastante conhecido, o salto com vara (figura 3), busca trazer efeitos de sentidos que denotam os obstáculos colocados pela COVID-19 e mais explicitamente pela gestão Bolsonaro. Cabe ressaltar que os efeitos hiperbólicos são constituídos pelo ícone semiológico “seringa” que nas duas capas se aproxima da caricatura, do desenho humorístico cujo foco exagerado chama a atenção para a temática a ser desenvolvida. Em contrapartida, no âmbito sócio-histórico, ambos os acontecimentos discursivos (a Segunda Grande Guerra e os Jogos Olímpicos) suscitam na memória coletiva efeitos de esforço, de conquista e de nacionalismo.

São essas discursividades que fazem funcionar no sujeito-leitor o efeito de aceitabilidade, porquanto é inegável o prazer que o efeito da vitória traz ao sujeito (FREUD, 2010). *Veja*, em ambas as capas, traz a seringa como simbolismo da batalha, do desafio pela vida e ao colocá-la como objeto de conquista (a bandeira hasteada e a vara que possibilita saltar os obstáculos), acaba por tentar neutralizar a provável oposição/desprazer à produção enunciativa constitutiva das capas, a provável aversão proveniente do posicionamento ideológico do leitor. Ambas as releituras metaforizam a luta pela vida humana, enviando uma mensagem de que não há espaço para posicionamento contrário quando se trata de sobrevivência. Em outros termos, ou “você está a favor da vida humana ou seu posicionamento contra a vacina o coloca na posição de antagonista da vida”.

Com isso, a revista busca produzir o efeito de aceitabilidade/neutralidade, pois ela está, por meio dessa estratégia, desse discurso, a favor da vida, apagando aparentemente seu posicionamento contrário ao governo. Nesse ponto, faz-se necessário “esclarecer a inexistência do neutro no discurso, ‘nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos’ (ORLANDI, 2015, p. 7, aspas da autora). Isto é, há uma carga semântica reveladora do posicionamento em cada prática discursiva. E no caso da prática de *Veja* não é diferente” (BOUCHER; SOARES, 2020, p. 127). Este é o jogo interdiscursivo em que, em um gesto de releitura, a revista faz emergir determinados acontecimentos, tentando apagar outras memórias discursivas (ACHARD, 2015), no entanto, essas memórias, deixam seus efeitos latentes e efetivos no que diz respeito à afetação do sujeito.

Nesse rastreamento interdiscursivo, a posição discursiva de *Veja* é corroborada em ambas as capas pelos enunciados que engendram efeitos de criticidade e de oposição à opinião do presidente Bolsonaro. No entanto, essa contrariedade discursiva tem efeitos eufemísticos ao ser



enunciada, se comparada ao relevo dado aos títulos das suas respectivas capas, “UMA CONQUISTA HISTÓRICA” e “A VITÓRIA DA VACINA”, assim como seus elementos não verbais os quais geram inicialmente efeitos de conformidade/prazer (FREUD, 2010) diante dos acontecimentos.

Dito isso, observamos que os sintagmas nominais CONSQUISTA e VITÓRIA trazem de seus relativos campos (bélico e desportivo) os sentidos os quais figurativizam um dos percursos gerativos do prazer humano, a saber, a busca pelo poder, metaforizada na batalha e na disputa (esportiva). Estar de posse de algo ou subjugar dada situação são consequências da CONSQUISTA e da VITÓRIA. Em contrapartida, como mencionamos anteriormente, os efeitos eufemísticos, ao enunciar “vírus ideológico” ao invés de “posicionamento contrário ao do presidente Bolsonaro”, marca a posição discursiva de onde a revista (res)significa seus dizeres. Ao optar por esse percurso dos implícitos, ela acaba por marcar sua oposição moderada, porquanto cabe ressaltar que o não-dito ou o ato de não dizer, quando as condições o exigem, já se configura uma marcação ideológica (BOUCHER; SOARES, 2020).

Dessa maneira, retornamos aos enunciados das figuras 2 e 4 onde podemos observar como os elementos verbais estão dispostos de modo a deslocar os sentidos de determinados sintagmas e produzir com isso a crítica e simultaneamente o efeito de eufemização e de distanciamento opinativo:

CAPA 1: “Em apenas onze meses, na mais fascinante aventura científica do nosso tempo, um mutirão de cientistas de todo mundo conseguiu desenvolver **uma vacina eficaz** contra a COVID-19, no Brasil, contudo, **o vírus ideológico** pode atrasar a imunização”.

CAPA 2: O início da imunização contra a Covid-19 no Brasil é uma **conquista da ciência** sobre **o negacionismo**, pode ser um alento para a economia e aumenta **a pressão da opinião** pública em **Jair Bolsonaro**.

Depois de analisar os enunciados acima, compreendemos que os sintagmas em negrito “uma vacina eficaz” e “vírus ideológico” (figura 2), apesar de serem recursivos na Formação Discursiva da revista, são também percursos temáticos bem distintos: o primeiro pertence ao campo da saúde; já o segundo está no âmbito político-econômico. No entanto, no jogo polissêmico que a revista empreende, há um entrecruzamento de sentidos que além de sinalizar os desafios sanitários e econômicos enfrentados pelo Brasil, também marca sua aparente oposição ao governo. Ao fazer uso das relações de sentido, podemos identificar qual ou quem seria o “vírus ideológico” para *Veja*, pois, segundo Pêcheux (1997), os discursos sempre apontam para outros que os sustentam e nessa relação, o enunciado “vírus ideológico” é uma resposta aos dizeres do presidente Jair Bolsonaro que por diversas vezes em suas entrevistas questionava a segurança de vacinas de uso emergencial contra o Coronavírus.

Com esse percurso interdiscursivo, conseguimos identificar no campo intradiscursivo, ou seja, da formulação de *Veja*, os sentidos de “obstáculo político” funcionando no sintagma “vírus ideológico”. Esses sentidos são melhores observados se fizermos um movimento parafrástico em torno do tema enunciativo. Ao enunciar “Em apenas onze meses, na mais fascinante aventura científica do nosso tempo, um mutirão de cientistas de todo mundo conseguiu desenvolver uma vacina eficaz contra a COVID-19, no Brasil”, a revista chama a atenção do leitor para a “união incondicional do mundo científico” para vencer um inimigo comum que ameaça o bem mais precioso da humanidade, a própria existência.

Em contrapartida, o trecho “o vírus ideológico pode atrasar a imunização” é ligado por uma conjunção coordenativa adversativa à oração anteriormente mencionada, transmitindo a ideia de oposição. Essa oposição está intrinsecamente interligada aos elementos visuais da

figura 1 cuja atualização reclama as memórias da guerra, trazendo à tona pela releitura da figura 2, os efeitos de conflito e de conquista.

Desse movimento interdiscursivo, colocando-nos frente às memórias discursivas, a releitura da figura 2 carrega consigo uma gama de efeitos que corroboram com a afirmação de que lutar na Segunda Guerra Mundial e lutar contra a COVID-19 são coisas semelhantes, no entanto, pelas análises aqui empreendidas podemos observar que são coisas bem diferentes. Na figura 1 despontam soldados que representam, juntamente com a bandeira hasteada dos Estados Unidos da América, o bloco capitalista. Subentende-se dessa conjuntura, a oposição a outro bloco, o socialista, representado, nesse caso, pelos japoneses. Já na figura 2, apaga-se a ideia de bloco, porquanto no lugar dos soldados, encontram-se os cientistas e no espaço da bandeira, há uma seringa que remete hiperbolicamente à ciência. Está não pode ser considerada um bloco. Isso porque entre as ciências, brasileira, norte-americana, russa, etc., em suas formações discursivas, existem regularidades em que vão produzir enunciados e resultados relativamente próximos.

No entanto isso é silenciado (ORLANDI, 2007) na figura 2, ao posicionar os cientistas como soldados hasteando a seringa. Bandeira e seringa se entrecruzam para simbolizar a conquista enquanto soldados e médicos figurativizam o protagonismo do avanço (bélico ou científico). Logo, esse jogo faz funcionar o efeito da homogeneização histórica, criando a ilusão de que guerra e pandemia são uma coisa só. Na figura 1, a conquista bélica do bloco capitalista, na figura 2 a conquista da ciência sobre o vírus biológico. Por fim, nesse batimento descritivo, subentende-se que a figura 1 traz os japoneses, representantes do bloco socialista como os inimigos dos soldados norte-americanos. Enquanto na figura 2, o inimigo é representado não só pelo próprio “vírus biológico”, mas também pelo “vírus ideológico” o qual, descrito nas palavras de *Veja*, “pode atrasar a imunização”.

Nessa parte é que encontramos os sentidos parafrásticos de que “o mundo está unido, ‘contudo’ o presidente Jair Bolsonaro tem atrasado a imunização”. Essa analogia metaforizada pela batalha bélica, concebe o presidente como o inimigo da ciência e, por conseguinte, o inimigo da nação, porquanto, no campo intradiscursivo, a releitura e os elementos constitutivos da figuras 2 (espaço/tempo e sujeitos) fazem emergir os sentidos pré-estabelecidos pelas memórias discursivas da guerra cujos efeitos de similitude e de correlação com a conjuntura mencionada delineiam protagonistas e antagonistas. Nesse caso, a ciência e os vírus biológico e ideológico respectivamente.

Dessa forma, percebemos que a interseção do verbo-visual não é dissociativa (GREGOLIN, 2000). Na referida releitura (figura 2), o verbal e o visual trabalham juntos na construção dos sentidos dicotômicos representativos da luta do bem contra o mal, assim como os processos parafrástico e polissêmico organizam a estabilização e o deslocamento de sentidos do campo militar para o campo da saúde, mantendo sutilmente a relação sinonímica entre essas duas regiões de sentidos pela intericonicidade (COURTINE, 2011) que integra e relaciona as referidas imagens através da memória social.

Na foto original, existe uma batalha entre homens, na releitura, a relação combativa se faz entre a ciência e o “vírus político”. Sopesando a lógica condicional que a revista deixa implícita, subentendemos que se o vírus é o inimigo, logo, o “vírus ideológico” se apresenta contra a humanidade. Esse jogo discursivo em que o significado do termo “vírus” é colocado em deslizamento, não é por acaso e, nesse sentido, acaba por apontar a oposição que a revista faz ao discurso de Bolsonaro, ao mesmo tempo em que silencia constitutivamente outros sentidos e acontecimentos, como por exemplo, a aproximação de sua formação discursiva de orientação direitista. “Assim, esse efeito constitutivo trabalha pela permanência do sujeito em certos sentidos e não outros, compondo

sentidos tácitos a ser recepcionado pelo leitor” (BOUCHER; SOARES, 2020, p. 24). Ademais, ao compor o sentido implícito de que Jair Bolsonaro representa o obstáculo para o desenvolvimento da saúde, *Veja* tenta descartar da recepção do leitor o fato de que o mesmo havia sinalizado a intenção da compra de 2 milhões de doses da vacina, colocadas à disposição da população e com isso, mais uma vez, o efeito de apagamento traz um “faz parecer” estar contrário aos ideais do presidente.

Outro ponto relevante a ser destacado na análise, é que a revista, tanto no enunciado verbal da primeira capa (figura 2) quanto na segunda (figura 4), pelas escolhas dos seus elementos enunciativos, cria efeitos de oposição ao governo de Bolsonaro, fazendo parecer que este não tem o devido mérito na “conquista” e na “vitória” contra a COVID-19 no Brasil. Conseqüentemente, com esse efeito de “fazer parecer opositora”, *Veja* apaga o fato de ter contribuído (in)diretamente para a eleição de Jair Bolsonaro, produzindo em suas matérias, efeitos de criminalização de instituições partidárias, como o PT, e conseqüentemente de sujeitos ligados a elas, os quais eram adversários do então candidato a presidente (BOUCHER; SOARES, 2020).

Esse “fazer parecer oposição” está subentendido e pressuposto nos enunciados “na mais fascinante aventura científica”, (“aventura” dando ideia de movimento, de enfrentamento de perigos e de desafios pela ciência) “um mutirão de cientistas de todo mundo conseguiu” (dinamizado pelo sintagma verbal conseguir, dando a ideia de conquista, de “sair-se bem na busca de algo) e “é uma conquista da ciência sobre o negacionismo” (pondo em relevo o protagonismo da ciência e o antagonismo da negação científica). Como percebemos, os três enunciados apontam para a ciência como agenciadora da conquista e da vitória, mas, especificamente, o último enunciado, de forma pressuposta, faz emergir sentidos cuja intenção é colocar

Bolsonaro como opositor dessas conquistas, uma vez que o sintagma negacionista pressupõe sentidos de negação a fatos comprovados ou documentados.

Ademais, os deslocamentos de sentidos são constituídos pelo jogo simbólico e enunciativo que a revista faz ao entrecruzar o significado do sintagma “negacionismo” com o substantivo próprio “Jair Bolsonaro”, disposto intencionalmente um abaixo do outro na segunda capa (figura 4). Esses sentidos adversativos que colocam de um lado a ciência e de outro as opiniões do presidente, situam-se no sintagma “negacionismo” que deixa também subentendido um desafio simbólico entre a indústria farmacêutica, agenciadora das pesquisas científicas, representada pelo executivo de posse da seringa (figura 4) a qual representa a “vara auxiliadora” que possibilita saltar os obstáculos trazidos pela pandemia ou especificamente os “obstáculos do negacionismo”.

Para melhor compreender essa afirmação, passamos a descrever de maneira minuciosa os efeitos de similitude e de correlação causados pelos elementos semiológicos das figuras 3 e 4. O espaço da figura 3 é representado por um fundo verde desfocado, representando ar livre. Em foco, se encontra um atleta vestido com uniforme adequado para a prática do esporte. A vara tensionada, o esforço dos braços e a disposição do corpo do atleta pressupõem movimento de salto e pelo que se conhece sobre o esporte, subentende-se que há um obstáculo a ser superado. Ao examinar aspectos interdiscursivo da figura 3, podemos afirmar que nesse tipo de esporte o desafio consiste em superar os obstáculos que a cada tentativa de salto são aumentados (colocando o sarrafo um nível acima) para que o atleta bata o recorde de seus adversários e/ou de seu próprio recorde. E para fazê-lo precisa de muita velocidade, força e equilíbrio para passar por cima do sarrafo (obstáculo) sem derrubá-lo. Entre outras regras, os esporte é constituído de muitos detalhes que não cabe aqui descrevê-los minuciosamente, no entanto,

resume-se em um esporte de alta performance que exige o máximo do saltador.

Dessas considerações, na figura 4, compreendemos os sentidos engendrados pela releitura da figura 3, através do estatuto das memórias sociais (DAVALLON, 2015) e pela intericonicidade (COURTINE, 2011). Ao levar em conta esses dois fatores, percebemos que *Veja* faz emergir os sentidos que evocam o grande desafio da ciência: saltar pelos obstáculos do negacionismo. Assim, faz trabalhar significativamente outra formação discursiva, isto é, “uma ‘outra’ região de sentidos” (ORLANDI, 2007, p. 73). Nesse caso, desloca-se os sentidos para o campo político-econômico e sanitário, apagando o espaço da prática esportiva. Nota-se que na releitura (figura 4), há no lugar da área verde (figura 3) um fundo todo branco, simbolizando a área da saúde, o uniforme médico, a roupa do cientista, etc. Também, desloca-se os sujeitos envolvidos, passando a metaforizar os desafios que os conglomerados farmacêuticos tem enfrentando. Podemos compreender essa metáfora pela escolha que a revista faz ao dispor um sujeito com roupas de executivo e não como na figura 3, um saltador uniformizado a caráter. Nas formações imaginárias brasileiras, o terno e gravata, ou seja, o *black tie*, remete ao homem de negócios, interessado, sobretudo, no lucro e não está preparado para executar um esporte.

Como resultado, percebemos o jogo discursivo que *Veja* empreende ao levar em conta esses elementos visuais interseccionados aos elementos verbais. Sua dinâmica enunciativa faz o executivo representar, pelas suas roupas, a indústria farmacêutica e pela seringa, no lugar da vara, a luta da ciência contra os obstáculos biológicos e políticos. Dessa perspectiva, para vencê-los, assim como o saltador, a ciência e o conglomerado farmacológico precisa ser veloz, forte e ter agilidade. Diferente da capa 1 (figura 2) não há inimigo, no entanto, há obstáculos, como o negacionismo, a serem “saltados”, ou melhor,

superados pela pressão da opinião pública. É nesse jogo simbólico que a revista faz emergir o sentimento nacionalista que a nação tem pelo esporte e ao pôr em relevo “a vitória da vacina”, acaba por apagar o fato de que há uma pandemia em curso, um impasse em que pode colocar em jogo muitas vidas, e não uma simples disputa esportiva.

Por fim, ao voltarmos nossa perspectiva analítica para o funcionamento do efeito de sentido em negacionismo, o termo, do francês *négationnisme*, faz emergir memórias discursivas que interpelam o indivíduo em sujeito da negação da própria realidade. O sujeito negacionista é infundado e se torna o ser da oposição, de maneira a escapar das verdades empiricamente verificáveis que a ciência propõe. Assim, ao configurar em suas capas (figuras 2 e 4) os efeitos de aproximação entre “o vírus ideológico”, “o negacionismo” e “o presidente”, *Veja* faz funcionar o jogo simbólico e conseqüentemente empreende em seu conjunto de regularidades enunciativas a relação sinonímica do termo Bolsonaro com os sentidos “inimigo”, “vírus”, “obstáculo” e “atraso”.

#### **4 CONSIDERAÇÕES**

Em nosso percurso analítico prescrutamos os efeitos hiperbólicos nas imagens e os eufemísticos nos enunciados e nesse batimento entre a descrição e a interpretação, compreendemos que tais efeitos marcam a postura ideológica da revista de moderada oposição ao governo, pois ao apagar determinadas marcas em seus discursos, a revista faz funcionar os efeitos de silêncio constitutivo, apagando também memórias discursivas que conduziriam seus leitores a perceber minimamente outra postura.

Também depreendemos dos atos enunciativos de *Veja* “um parecer estar do lado da vida”, de proteger a ciência. Esses efeitos parafrásticos de neutralidade, configuram-se em enorme potencial



argumentativo, porquanto a tese “de estar do lado da vida” procura apagar qualquer vestígio da tentativa de influenciar a opinião pública pelo posicionamento ideológico que ela imprime. Dando relevo aos efeitos humanísticos em seus discursos, a revista conseqüentemente apaga os indícios de uma enunciação puramente política. Cria-se em seus dizeres, o estatuto do consenso universal o qual reproduz a ilusão de que na luta pela sobrevivência, “os posicionamentos ideológicos são deixados de lado”.

Nesse diapasão, os sintagmas “vitória” e “conquista”, engendram efeitos enaltecendo o papel da ciência, ao passo que também fazem funcionar efeitos detratores na imagem de Bolsonaro. Com isso, os discursos de *Veja* interpelam o presidente em: a) “sujeito do atraso”, subentendido no sintagma nominal “vírus ideológico” cuja identidade é estabelecida por uma relação de sentido entre a referida formulação e os discursos de oposição à vacina, e pressuposto pelo sintagma verbal “pode atrasar a imunização”, o qual representa a ação do sujeito “vírus ideológico”; b) “inimigo do Estado”, subentendido no jogo simbólico e no processamento polissêmicos que a revista faz ao trazer memórias discursivas e deslizá-las para uma conjuntura de batalha sanitária, fazendo reverberar os sentidos de guerra e, logo, o sentidos de “batalha contra o inimigo da nação” e; c) “contaminador ideológico”, pressuposto pelos termos “vírus”, e “negacionista”.

Dessa forma, nessa tensão entre sintagmas detratores e enaltecendo e na dinâmica dos processamentos parafrástico e polissêmico em seus dizeres, o jogo simbólico empreendido por *Veja*, procura representar o fortalecimento da ciência em detrimento do enfraquecimento da atual administração, a fim de influenciar a opinião pública para que esta “aumente a pressão em Jair Bolsonaro”. Entre pressupostos e subentendidos (DUCROT, 1987), extraímos também dessas análises a preocupação da revista em promover efeitos de

aceitabilidade para abranger não só seu público de viés elitista e direitista, mas também os próprios seguidores de Bolsonaro.

Ademais, devido à configuração verbo-visual, bem como um conjunto de regularidades enunciativas do campo da saúde (seringa, médicos na luta contra o vírus, o termo cientista, a indústria farmacêutica, representada pelo executivo com a seringa. etc.), do campo bélico (releitura da Segunda Grande Guerra) e do campo desportivo (vitória, deporte), subentendemos que o público brasileiro tem no nacionalismo e no deporte sua maior aceitação. Isto é, transformar um ato sanitário (luta contra a COVID-19) em ação desportiva ou de comoção nacionalista, cria-se, sobretudo, um efeito de abrangência, porquanto no imaginário social, o Brasil ainda é “o país do esporte e da competição”.

E por criar esses efeitos de aceitabilidade discursiva, a revista *Veja* (nas capas “Uma conquista histórica” e “A vitória da vacina” e muito provavelmente em muitas outras), ao abranger uma grande parte de leitores, procura fazer-se neutra. No entanto, cabe-nos lembrar da célebre citação de Soares (2018b, p. 180) quando afirma que “fazer parecer é um dos mais essenciais usos da mídia por sempre usurpar a realidade de seu papel no seio social acaba por outra criar”.

Portanto, diante do percurso aqui empreendido, torna-se imprescindível fomentar pesquisas sobre os efeitos de aceitabilidade nos discursos midiáticos e políticos, pois, estarmos atentos em relação a produção de memórias, de grandes acervos de acontecimentos discursivos a serviço da inoculação de representações midiáticas, é vacinarmos contra o vírus da subjetivação, contra a doença da desinformação que produz as chagas sociais. É, sobretudo, vacinarmos contra o vírus da ingenuidade linguística a qual nos infecta com a ilusão de completude da língua, silenciando constitutivamente os efeitos da ideologia e dos acontecimentos, como se eles não estivessem ainda funcionando e que reproduzem as formas de controle da interpretação,

historicamente determinadas fazendo com que os sentidos e, logo, os sujeitos estejam sempre administrados (ORLANDI 2015).

## REFERÊNCIAS

ACHARD, P. *et al.* **Papel da memória**; tradução Eni Pulcinelli Orlandi. 4 ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 7-63.

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BENVENISTE, É. **Problemas de Linguística Geral**. Tradução de Maria da Glória Novak e Luiza Neri. Revisão do Prof. Isaac Nicolau Salum. São Paulo: Nacional, Ed. da Universidade de São Paulo, 1976.

BOUCHER, D. F.; SOARES, T. B. Discursividade verbo-visual: o humor no apagamento/marcação dos discursos midiáticos. *In: **Mídia linguagem e sociedade**: espaços, corpos e vozes na atualização da resistência*. 1. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2020. p. 119-133.

COURTINE, J.J. Discurso e imagens: para uma arqueologia do imaginário. *In: PIOVEZANI, C; CURCINO, L; SARGENTINI, V. **Discurso, semiologia e história***. São Carlos: Claraluz, 2011.

\_\_\_\_\_. **A análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos, SP: EDUFSCar, 2014.

DAVALLON, J. A imagem, uma arte de memória? *In: ACHARD, P. et al. **Papel da memória***; tradução Eni Pulcinelli Orlandi. 4ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015. p. 7-63.

DUCROT, O. **O dizer e o dito**. Revisão técnica da tradução: Eduardo Guimarães. Campinas, SP: Pontes, 1987.

FREUD, S. Além do princípio do prazer e outros textos. *In: FREUD, S. **Obras Completas**, v. 14 (1917-1920)*. Companhia das Letras: São Paulo – SP, 2010.

GREGOLIN, M. do R. **Filigranas do discurso**: as vozes da história. Araraquara: FCL / Laboratório Editorial / UNESP. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2000.

ORLANDI, E. P. **As formas do Silêncio**: no movimento dos sentidos. 6 ed. Campinas, SP: Pontes da Unicamp, 2007.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 12ed. Campinas, SP: Pontes Editora, 2015.

PÊCHEUX, M. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Organizadores: François Gadet, Tony Hak. Tradutores: Bethania S. Mariani... [et al.]. 3 ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1997.

PERELMAN, C; TYTECA, L. O. **Tratado da Argumentação**: a nova retórica. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

SOARES, T. B. **Percorso Linguístico**: conceitos, críticas e apontamentos. Campinas – SP: Pontes Editores, 2018a.

\_\_\_\_\_. (org.) **Múltiplas perspectivas em análise do discurso**: objetos variados.– São Carlos – SP: Pedro & João Editores, 2018b.

\_\_\_\_\_. **Concisa apresentação da linguística**: um panorama da gramática comparada à pragmática. São Paulo – SP. Pimenta Cultural, 2020.

\_\_\_\_\_. 1969, o ano que não terminou: o acontecimento da análise do discurso. In: **No campo Discursivo**: teoria e análise. São Paulo: Pontes Editores, 2021. p. 167-187.

Esta publicação deverá ser citada da seguinte forma:

BOUCHER, D. F.; SOARES, T. B. Resignificação da pandemia: aceitabilidade no discurso midiático. **Revista DisSol – Discurso, Sociedade e Linguagem**, Pouso Alegre/MG, ano 7, nº15, jan-jun/2022, p. 120-147.