

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências 2

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2018

Thaís Helena Ferreira Neto
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo:
Conceitos e Tendências 2

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

C741 Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências 2 [recurso eletrônico] / Organizadora Thaís Helena Ferreira Neto. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 2)

Formato: PDF
Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-85-7247-027-8
DOI 10.22533/at.ed.278190901

1. Comunicação social. 2. Democratização da mídia.
3. Jornalismo. I. Ferreira Neto, Thaís Helena. II. Série.

CDD 303.4833

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

DOI O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

A obra “Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências” volume 2 é composta por 24 artigos que abordam temas das mais diferentes nuances da Comunicação.

Os autores dos artigos tematizam conceitos e perspectivas do jornalismo, dando enfoque às discussões pertinentes e sempre presentes, envolvendo gênero, *agenda-setting*, comunicação governamental, ambiental, assessoria de imprensa, cinema, política, democratização da mídia e construção midiática.

Alguns artigos tratam o gênero como categoria de análise, tematizando a mulher dentro do jornalismo. Estudos de gênero que abordam a questão no âmbito da causa e da estrutura.

Em sua história, a mulher busca posições e visibilidade nas diferentes escalas da sociedade, provando através de suas ações e conquistas que merece um lugar nos diferentes cenários, sejam econômicos, políticos ou sociais. A relação da mulher com o espaço público e privado define a posição ocupada por ela na sociedade e marca sua identidade de gênero ao longo do tempo.

Thaís Helena Ferreira Neto

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	8
A MULHER NO JORNALISMO DO INTERIOR: RIBEIRÃO PRETO E SÃO JOSÉ DO RIO PRETO (1950-1960)	
Nayara Kobori Aline Ferreira Pádua	
DOI 10.22533/at.ed.2781909011	
CAPÍTULO 2	20
A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DAS VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO NO BRASIL: ASSASSINATOS DE MULHERES COMETIDOS POR SEUS PARCEIROS E EX-PARCEIROS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909012	
CAPÍTULO 3	31
A REPRESENTAÇÃO DO GÊNERO FEMININO NAS PROPAGANDAS DA CERVEJA ANTARCTICA: BAR DA BOA	
Wender Rodrigues de Siqueira Munique Cristina Modesto Carla Mendonça de Souza	
DOI 10.22533/at.ed.2781909013	
CAPÍTULO 4	42
EMPODERAMENTO FEMININO NO RAP : DUAS LETRAS	
Cláudia Regina Lemes Paulo Roxo Barja	
DOI 10.22533/at.ed.2781909014	
CAPÍTULO 5	55
OS SENTIDOS CONSTRUÍDOS SOBRE O USO DO CORPO NU FEMININO EM PERFORMANCES ATIVISTAS	
Márcia Bernardes	
DOI 10.22533/at.ed.2781909015	
CAPÍTULO 6	66
AS RELAÇÕES PÚBLICAS COMUNITÁRIAS NO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA – A ONG UNA.C E AS DEMANDAS DA SAÚDE	
Éllida Neiva Guedes Marcelo Pereira da Silva Protásio César dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.2781909016	
CAPÍTULO 7	81
TRAGÉDIA EM MARIANA-MG EM VEJA E CARTACAPITAL: UM CONTRATO DE COMUNICAÇÃO	
Vinicius Suzigan Ferraz	
DOI 10.22533/at.ed.2781909017	

CAPÍTULO 8	94
ASSESSORIA DE IMPRENSA E REPORTAGEM DE TV, TUDO A VER?	
BREVES REFLEXÕES SOBRE PODER SIMBÓLICO, CAMPO JORNALÍSTICO, IDENTIDADES E AGENDAMENTO	
Boanerges Balbino Lopes Filho	
Iara Marques do Nascimento	
Raphael Silva Souza Oliveira Carvalho	
Cássia Vale Lara	
DOI 10.22533/at.ed.2781909018	
CAPÍTULO 9	106
CARACTERIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA POPULAÇÃO IDOSA ACERCA DAS CONDIÇÕES DE HABITABILIDADE EM ILPIS DA CIDADE E REGIÃO METROPOLITANA DO RECIFE –PE	
Tamires Carolina Marques Fabrício	
Joseana Maria Saraiva	
DOI 10.22533/at.ed.2781909019	
CAPÍTULO 10	120
COMUNICAÇÃO EM AMBIENTES GOVERNAMENTAIS: TERMINOLOGIAS, FERRAMENTAS E AÇÕES	
Pedro Augusto Farnese de Lima	
Ademir Antônio Veroneze Júnior	
Boanerges Balbino Lopes Filho	
DOI 10.22533/at.ed.27819090110	
CAPÍTULO 11	132
CONCEITO DE NOTÍCIA NA ERA DO JORNALISMO COLABORATIVO E COAUTORIA	
Adriele Cristina Rodrigues	
Lucia Helena Vendrusculo Possari	
DOI 10.22533/at.ed.27819090111	
CAPÍTULO 12	141
DO ACONTECIMENTO PÚBLICO AO ESPETÁCULO POLÍTICO-MIDIÁTICO: O IMPEACHMENT DE DILMA ROUSSEFF	
Andressa Costa Prates	
Rejane de Oliveira Pozobon	
DOI 10.22533/at.ed.27819090112	
CAPÍTULO 13	152
O POLITICAMENTE (IN)CORRETO NO DISCURSO JORNALÍSTICO: IMAGINÁRIO, SUBJETIVIDADE E CONSUMO	
Nara Lya Cabral Scabin	
DOI 10.22533/at.ed.27819090113	
CAPÍTULO 14	164
O ÁLBUM DE FAMÍLIA E A IMAGEM SOCIAL	
Aline Silva Okumura	
DOI 10.22533/at.ed.27819090114	

CAPÍTULO 15	173
O DESIGNO DO PODER: UM ESTUDO DE CASO DA RÁDIO INTERNACIONAL VOZ DA AMÉRICA	
Patricia Weber	
DOI 10.22533/at.ed.27819090115	
CAPÍTULO 16	186
O JORNALISMO INVESTIGATIVO E ÀS MUTAÇÕES CONTEMPORÂNEAS	
Leoní Serpa	
DOI 10.22533/at.ed.27819090116	
CAPÍTULO 17	207
O MERCADO DOS BENS SIMBÓLICOS NO SANTUÁRIO DE SANTA PAULINA	
Maria Neusa dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.27819090117	
CAPÍTULO 18	219
A SEGUNDA TELA NO BRASIL: USOS E POSSIBILIDADES	
Gleice Bernardini	
Maria Cristina Gobbi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090118	
CAPÍTULO 19	231
TELEVISÃO ABERTA, POLÍTICAS E DEMOCRATIZAÇÃO DA MÍDIA NO BRASIL	
Carlos Henrique Demarchi	
DOI 10.22533/at.ed.27819090119	
CAPÍTULO 20	242
CINEMA <i>NOIR</i> ITALIANO: O HEDONISMO E A <i>FEMME FATALE</i> EM <i>OSSESSIONE</i>	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090120	
CAPÍTULO 21	258
O IMAGINÁRIO SOCIAL SOBRE A TEMÁTICA DO CRIME NO CINEMA <i>NOIR</i> E <i>NEONAIR</i>	
Nathalia Lopes da Silva	
Alexandre Rossato Augusti	
DOI 10.22533/at.ed.27819090121	
CAPÍTULO 22	273
PESQUISA EM FICÇÃO SERIADA: UMA PROPOSTA DE REVISÃO EPISTEMOLÓGICA BASEADA NAS PUBLICAÇÕES DA INTERCOM	
Raquel Lobão Evangelista	
DOI 10.22533/at.ed.27819090122	
CAPÍTULO 23	286
QUESTÕES DE AUTORIA, SUBALTERNIDADE E OUTRAMENTO NA MÚSICA BEIJINHO NO OMBRO	
Juliana Figueiró Ramiro	
Renata Santos de Morales	
DOI 10.22533/at.ed.27819090123	

CAPÍTULO 24 300

THE LAST REMAINING LIGHT: O SUICÍDIO DE CHRIS CORNELL ATRAVÉS DA ÓTICA DO FAIT
DIVERS

Arthur Freire Simões Pires

Fábio Cruz

DOI 10.22533/at.ed.27819090124

SOBRE A ORGANIZADORA..... 314

TRAGÉDIA EM MARIANA-MG EM VEJA E CARTACAPITAL: UM CONTRATO DE COMUNICAÇÃO

1

Vinicius Suzigan Ferraz

Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, SP

Graduado em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela PUC-Campinas. Mestrando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). E-mail: vncsferraz@gmail.com

RESUMO: Este artigo tem como objetivo identificar as estratégias discursivas utilizadas nas plataformas online das revistas semanais *Veja* e *CartaCapital* em suas abordagens sobre a Tragédia de Mariana-MG, mais especificamente as reportagens “Tragédia em Mariana: para que não se repita” e “O rio amargo que corre para o mar”. Em um estudo sobre a construção do sentido, o que menos nos interessa é o acontecimento em si (fenomênico), mas o processo de construção do acontecimento. Assim, trabalhamos com o pressuposto de que as duas revistas reforçam a suposta polarização político-ideológica entre direita e esquerda, presente no contexto sociocultural brasileiro. Para a análise, partiremos do conceito de contrato de

informação midiático de Patrick Charaudeau (2006).

PALAVRAS-CHAVE: *Veja* e *CartaCapital*; Análise de discurso; Ideologia política; Contrato de informação midiático.

INTRODUÇÃO

Há algum tempo, os meios de comunicação de massa permeiam a vida do ser humano, principalmente o urbano. Pode-se dizer que sua ubiquidade é fator intrínseco à vida moderna: a mídia exerce influência em todos os níveis e instâncias socioculturais, tendo a capacidade de invadir todos os espaços e atingir a todos através de seu poder de difusão simbólico. Essa onipresença da mídia alterou e continua a alterar o caráter sociocultural, assim, os efeitos que a mídia impõe nesses contextos são circunstâncias onde a sociedade e a cultura passam a ser midiaticizadas.

Essa abordagem prévia sobre o papel da mídia na sociedade contemporânea, prevendo seus sustentáculos tecnológicos e o anseio humano por informação, o presente artigo pretende analisar dois dos maiores expoentes do jornalismo brasileiro: as revistas *Veja* e *CartaCapital*. A análise se dá sobre o contexto

1 Trabalho apresentado no GT Comunicação e política, do PENSACOM BRASIL 2017.

da Tragédia de Mariana-MG, visando investigar as estratégias discursivas empregadas pelos dois veículos na produção de seus textos noticiosos e tentar alinhavar os resultados com possíveis representações político-ideológicas, já que ambas são notórias pelos seus posicionamentos.

Assim, o conceito a ser abordado por este artigo reside na tentativa de elucidação do contrato de informação midiático de Patrick Charaudeau (2006). O francês tece uma visão peculiar sobre os processos de trocas simbólicas embutidos nos discursos sociais e prevê certas cláusulas tácitas, que permitem a eficácia comunicativa e o reconhecimento mútuo nessa troca entre locutor e interlocutor já que “a eficácia das palavras só se exerce na medida em que aquele que a experimenta reconhece aquele que a exerce como no direito de exercê-la [...]” (BOURDIEU, P., *apud* CHARADEUAU, Patrick, 2006, p. 66).

“A democracia nasce de várias contradições: é preciso que o maior número de cidadãos tenha acesso à informação, mas nem todos os cidadãos se encontram nas mesmas condições de acesso; é preciso que a informação em questão seja digna de fé, mas suas fontes são diversas e podem ser suspeitas de tomada de posição parcial, sem contar que a maneira de relatá-la pode satisfazer a um princípio de dramatização deformante” (CHARADEUAU, Patrick, 2006, p. 67).

Não foi um acidente: a tragédia em Mariana-MG

Esse artigo parte da inferência de que o acontecimento não foi uma tragédia natural, já que não existem documentos que comprovam qualquer tipo de causa que possa ser depositada como culpa da natureza. A responsabilidade foi das empresas que ali operavam e também fruto de descaso do poder público. Esse é o sentimento que fica de grande parte da população nacional após pouco mais de dois anos da maior tragédia socioambiental já ocorrida em solo brasileiro e que até hoje a dor paira nas pessoas e famílias atingidas, além da sensação de injustiça e do pó de minério de ferro que ainda encobre as áreas devastadas. O rompimento das barragens de extração de minério de Fundão e Santarém, na cidade de Mariana, no estado de Minas Gerais, matou 19 pessoas, inúmeros animais e deixou muitos desaparecidos e feridos, além de prejuízos ambientais de valor inestimável e de difícil previsão de melhora. Nos confins da sensação de impotência e desgraça das pessoas que estavam na rota de mais de 62 milhões de metro cúbicos de rejeito tóxico, foram também atingidos outros sete distritos da cidade, contaminando os rios Gualaxo do Norte, Carmo e Doce, este último o maior e mais importante da região, onde estudos detectaram a presença de contaminação de minério de ferro inclusive em suas águas subterrâneas e lençóis freáticos. Assim, o abastecimento de água das cidades atingidas, assim como de outras cidades de Minas Gerais e Espírito Santo foi afetado, contaminando cerca de 500 quilômetros da água do Rio Doce, deixando quase 300 mil pessoas sem água. Os resíduos de tom alaranjado desembocaram na água salgada do Espírito Santo, contaminando também o Oceano Atlântico.

A Samarco, uma joint venture entre a Vale e a anglo-australiana BHP Billiton, é a responsável pela extração de minérios na região e, segundo a lei, empresas que operam ou exercem atividades com riscos conhecidos, como a mineração por exemplo, assumem o fardo por eventuais acidentes. Mas nem precisaria recorrer a lei para constatar o descuido e irresponsabilidade da empresa nesse (des)caso. A possibilidade de ruptura já era prevista muito antes, em 2013, por professores da UFMG, fato ignorado pelos executivos da empresa que continuaram a explorar minério de ferro na região. O documento, realizado pelo Instituto Prístino, analisou diversos aspectos técnicos da barragem e colocou-os sob o estado de alerta. Porém, o laudo técnico foi ignorado também pelas forças públicas, já que o Conselho de Política Ambiental de Minas Gerais (COPAM) licenciou a obra, transformando os riscos, advertidos no documento, em condicionantes a serem cumpridas. A má gestão teve como resultado famílias inteiras soterradas e socorridas pelo Corpo de Bombeiros, a luta de animais para sobrevivência e um rastro gigantesco de destruição social, ambiental e econômica.

Essa sintética contextualização da tragédia ocorrida em Mariana-MG é o contexto desse artigo. A análise sistemática das estratégias discursivas que foram usadas nas abordagens das revistas sobre o caso em suas edições on-line, em *Veja* e *CartaCapital*, pós o acontecimento, pode, em momentos de polarização ideológica, ajudar a inserir determinadas ideias no imaginário social e contribuir para que determinadas perspectivas políticas se disseminem socialmente.

Linguagem, discurso e ideologia

A linguagem nada mais é do que a atividade exercida entre falantes, aquele que fala/aquele que ouve e aquele que escreve/aquele que lê, portanto, dedutivamente, podemos afirmar que a linguagem é uma atividade exclusiva do ser humano, pois somente ele é dotado da capacidade de se expressar através da linguagem verbal, ela é a mediadora entre ele e a realidade. É correto afirmar que não existe verdade absoluta e que essa só existe no universo natural, pois ao utilizar a linguagem para explicar a sua existência, o ser humano acaba por enviesar e recortar a realidade, significando-a dentro de fatores variados de construção, criando representações, nunca atingindo a sua neutralidade plena, assim como mostra Elizabeth Gonçalves:

“Estudar comunicação e linguagem como processos estritamente relacionados significa assumir posições críticas nestes dois campos, considerando a não neutralidade da linguagem e o poder que o ser exerce no processo de comunicação. O indivíduo, em posse da linguagem e fazendo uso dela, pode atuar para transformar a sociedade ou para perpetuar determinadas posições, mas sempre se mostrando pelas escolhas que faz ao se comunicar, produzindo significados e realidade, mais próximas ou mais distantes do universo natural” (GONÇALVES, p.14, 2007).

Nas nossas rotinas, o uso da linguagem é quase automático, mas isso não quer dizer que a prática é sempre a mesma, pois depende exclusivamente de cada circunstância comunicativa. Não utilizamos a língua da mesma maneira em casa

ou numa entrevista de emprego, comunicando da mesma forma, com a mesma capacidade linguística e, dependendo dessa situação, o trabalho linguageiro pode ser extremamente trabalhoso, mas há também situações onde essa ação se dá de maneira mais simples. Nesse sentido, a linguagem é transmutada e adaptada de acordo com a situação de comunicação ou o que Patrick Charaudeau chama de quadro de referência:

“A situação de comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, no qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constitui o seu valor simbólico. Essas restrições são definidas por um jogo de regulação das práticas sociais, instauradas pelos indivíduos que tentam viver em comunidade e pelos discursos de representação, produzidos para justificar essas mesmas práticas a fim de valorizá-las” (CHARADEUAU, Patrick, 2006, p. 67).

Nesse caso, a ação linguageira não acontece apenas pois os indivíduos dominam a gramática e a língua, mas também acontece, pois, os sujeitos envolvidos na prática comunicativa têm como objetivo criar e recriar o universo a partir de seus pontos de vista. Assim, é imprescindível saber e identificar quem é o receptor dessa ação comunicativa: é necessário saber quem é o sujeito a quem eu me dirijo para ajustar a linguagem à situação de fala nesse processo dialógico.

Por dialogismo, entendemos que é o processo comunicativo entre dois ou mais interlocutores. Nesse sentido, Mikail Bakhtin diz que a concepção de linguagem é dialógica, ou seja, conversa, interroga, concorda, discorda entre a compreensão dos processos de um texto (discurso e texto, para ele, são a mesma coisa).

Bakhtin prega que as ciências humanas têm o ser humano como objeto de estudo. O ser humano não só é conhecido através dos textos, mas se constrói através ou por meio deles, o que distingue as ciências humanas das exatas e biológicas que examinam o homem fora do texto. Para ele, a linguagem não é apenas fundamental para a comunicação, mas que a interação dos interlocutores funda a linguagem.

Ao produzirem linguagem, os sujeitos produzem discursos. No sentido comum, discurso é simplesmente fala, exposição oral, oralidade. Também podemos definir discurso como toda troca de linguagem entre dois ou mais interlocutores, seja ela oral ou gestual. Para entendermos o que é discurso é necessário fazermos uma evolução do quadro de referência. O produtor e receptor do discurso são sujeitos, situados no mesmo tempo histórico, num espaço geográfico, pertencentes a um grupo em comum e por isso carregam as crenças e os valores socioculturais dessa comunidade onde estão inseridos. Todas essas particularidades desse sujeito aparecem nos discursos, às vezes de forma explícita e, em outras, de forma implícita. Nem sempre dizemos tudo que pensamos ou sentimos, às vezes deixamos alguns significados opacos, talvez porque a situação não permite ou, quem sabe, não queremos ser responsabilizados pelos significados, mas é fato que essa não fala também é discursiva e a tarefa de construir os sentidos implícitos dos nossos discursos fica por conta do interlocutor nesse processo dialógico. É por isso que não existe discurso neutro na sociedade, pois, sendo sujeitos sociais, carregamos conosco todos os traços e processos pelos quais fomos submetidos enquanto vivos que, de uma forma ou de outra, acabam aparecendo

e distinguindo os nossos discursos na sociedade. Essa existência nos constitui enquanto sujeitos. Assim, podemos definir que todos os sujeitos são determinados através de processos socioculturais distintos e pela época em que estão inseridos, o que faz com que esses produzam discursos únicos, idiossincráticos e subjetivos. Nesse sentido, o discurso funciona como um recorte da realidade, uma representação, já que do ponto de vista heurístico, cada discurso é formatado pelo locutor de acordo com sua condição sociocultural e época em que está vinculado, assim como nos ajuda Milton José Pinto (2002):

“Definir os discursos como práticas sociais implica que a linguagem verbal e as outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais. Têm assim papel fundamental na reprodução, manutenção ou transformação das representações que as pessoas fazem e das relações e identidades com que se definem na sociedade, pois é por meio dos textos que travam as batalhas que, no nosso dia-a-dia, levam os participantes de um processo comunicacional procurar a dar a última palavra, isto é, a ter reconhecido pelos seus receptores o aspecto hegemônico do seu discurso” (PINTO, Milton José, 2002, pág. 28).

Assim, toda mensagem recebida é apenas uma das várias formas de serem elaboradas pelo locutor, isso é, existe sempre uma intenção ao se comunicar, comprovando assim que não existe discurso ideologicamente neutro. O locutor pode escolher dizer de uma determinada forma, dizer algo em vez de outra coisa, ou/e ainda escolher o que dizer e deixar de dizer. Nesse sentido, Eliseo Verón (2005) argumenta que o ideológico, na linguagem, é produzido como desvio, como diferença interdiscursiva. As operações são sintáticas e semânticas. Para Verón:

[...] “ideológico designa, portanto, não um objeto, não um conjunto identificável de “coisas” (que chamamos de ideias, opiniões ou doutrinas), mas uma dimensão de análise do funcionamento social, isso é, cada vez que uma produção significativa (quaisquer que sejam suas matérias significantes em jogo) é considerada em suas relações com os mecanismos de base do funcionamento social enquanto condições de produção de sentido. Em outras palavras, ideológico é o nome do sistema de relações entre discurso e suas condições sociais de produção” (VERÓN, Eliseo, 2005, p. 56).

O ideológico, portanto, não é superestrutural. Ele permeia toda a sociedade pois o ser humano é um ser de produção de sentidos. “Nada tem a ver com a dicotomia entre verdadeiro e falso, tampouco com ocultação, falsa consciência ou deformação do real” (VERÓN, Eliseo, 2005). Ou seja, todo discurso é ideológico por conta de suas condições socioculturais de produção. Não existe discurso que não seja produzido fora dessas condições, sejam elas econômicas, sociais, políticas e/ou determinadas institucionalmente. Não podemos qualificar o ideológico como da ordem do falso, do mascarado, da alienação, a não ser que se tenha o discurso absoluto, um discurso que seria a reprodução do real, que não foi imposto e que não deixa marcas de produção e nesse terreno, os julgamentos negativos são sempre possíveis: o julgamento se dá quando é feito sobre uma ideologia em detrimento da outra.

Portanto, não existe o discurso absoluto, uma reprodução fidedigna e objetiva da realidade. Esse tipo de discurso apenas existe como efeito discursivo. Ou seja, “embora todo discurso seja submetido às condições determinadas de produção, há alguns que se apresentam como se não o fossem. Observa-se que na verdade, o efeito de sentido desse discurso da Verdade nada mais é do que efeito de poder” (VERÓN, Eliseo, 2005). É nesse sentido que operam as duas revistas. Mas essa operação não é feita apenas pelo enunciador. O leitor (co-enunciador) também ajuda nessa construção, pois caso as duas revistas não fossem reconhecidas como legítimas em suas ações discursivas (textuais) por um público seletivo e engajado, essa mobilização de estudo e, também as revistas, estariam fadadas ao fracasso. Assim, elucidaremos algumas idiosincrasias de *Veja* e *CartaCapital* e como se dá esse confronto dentre ideologias tão distintas, representadas na construção textual dos veículos.

Veja e CartaCapital e a direita e esquerda no debate político brasileiro

Produzida pela editora Abril, a *Veja*, considerada por muitos uma espécie de escudo neoliberal no Brasil, utiliza uma linguagem mais dura ao abordar a economia e a política. A empresa, cuja linha editorial foi contrária às gestões petistas (2002 a 2016), agrupa profissionais com opiniões mais conservadoras. O periódico busca, através de suas reportagens defender o livre mercado, a individualidade, a não intervenção do Estado (Estado Mínimo) e o conservadorismo cultural e religioso.

“É esse o sentido do peso que é dado pela revista para a cobertura dos fatos políticos. Através deles, abrem-se ou fecham-se espaços para os diferentes interesses industriais, comerciais, bancários ou financeiros. A cobertura política se dá não porque a revista esteja interessada em pormenores do Congresso Nacional ou do Poder Executivo, mas porque nesses embates estão em jogo decisões fundamentais como: “livrar-se do fardo” da Constituição de 1988; impedir qualquer controle capital, sobretudo externo; privatizar; retirar funções sociais do Estado. A revista agiu muitas vezes nesses debates da grande política como partido, organizando e encaminhando a hegemonia dos grupos que defende e o consenso em torno de seu projeto” (SILVA, Carla, 2005, p.23)

Já a revista *CartaCapital*, fundada em 1994, é produzida pela editora Confiança. O periódico busca interagir com o viés político-ideológico de centro-esquerda e utiliza em seus discursos argumentos a favor de um maior controle estatal econômico, da interferência do governo em quase todos os setores sociais e da igualdade como um dos pilares ideológicos, acima de outros fatores de ordem cultural, moral e religiosa.

“Traz em seu corpo editorial, colunas e parcerias, reconhecidas personagens de parte da esquerda, além de abordar temas políticos, econômicos e culturais mais progressistas. Caracterizou-se por apoiar os governos petistas, antes e após a vitória de Lula em 2002” (FERNANDES, Pedro V; 2016, p.43).

Vale ressaltar que os conceitos entre direita e esquerda são abrangentes e, por essa razão, faz-se necessário oferecer algum suporte teórico para entendê-los. Os conceitos e as terminologias sobre a ‘direita’ e a ‘esquerda’ têm suas raízes na Revolução Francesa, no final do século XVIII. (1789). Era a forma como sentavam

os membros da Assembleia Nacional, da Assembleia Legislativa e da Convenção Nacional.

Segundo Gustavo Jorge Silva, as nomenclaturas direita e esquerda são endossadas no Brasil, mas em outros países, são denominadas conservadores e liberais. Silva traça um panorama conceitual sobre a evolução teórica que certos pensadores definiram sobre os termos:

“Hayek (1999), em uma tentativa de sintetizar as classificações de liberais x socialistas e de conservadores x liberais, propõe que não haja um eixo, mas um triângulo no qual ele situa os liberais em uma das pontas, os conservadores na outra e os socialistas na restante, combinando posições econômicas e valores no mesmo diagrama. Giddens (1996) também faz um esforço sintetizante, de modo a demonstrar a emergência de uma terceira via que articula atributos da esquerda e da direita. Bobbio (2001) posiciona-se no sentido de que a tensão entre esquerda e direita permanece viva e que o fundamento da diferença entre as concepções é a noção que cada uma das tendências tem de igualdade e de desigualdade. A posição dos autores europeus não será profundamente analisada neste trabalho, que passa a tratar agora da construção desse debate no Brasil” (SILVA, Gustavo Jorge, p. 151)

Ainda de acordo com o autor, essas linhas ideológicas, no Brasil, consistem em conhecimentos intuitivos, ou seja, tal filiação ideológica não tem um significado próprio, constitui mais um sentimento subjetivo.

A direita é o conjunto de forças políticas que, em um país capitalista e democrático, luta sobretudo por assegurar a ordem, dando prioridade a esse objetivo, enquanto a esquerda reúne aqueles que estão dispostos, até certo ponto, a arriscar a ordem em nome da justiça – ou em nome da justiça e da proteção ambiental, que só na segunda metade do século XX assumiu estatuto de objetivo político fundamental das sociedades modernas. Adicionalmente, a esquerda se caracteriza por atribuir ao Estado papel ativo na redução da injustiça social ou da desigualdade, enquanto a direita, percebendo que o Estado, ao se democratizar, foi saindo do controle, defende um papel do Estado mínimo, limitado à garantia da ordem pública, dando preponderância absoluta para o mercado na coordenação da vida social (BRESSER-PEREIRA 2006, pp. 26-27).

Essa filiação ideológica, de acordo com os pós-estruturalistas, também é parte estrutural do que somos constituídos enquanto seres simbólicos. Assim, certas estruturas acabam por estruturar os sujeitos em suas trajetórias de vida, estruturas essas que condicionam o sujeito a interpretar os fenômenos de uma maneira em detrimento de outra. Essas estruturas são reconhecidas como a família, a igreja, a escola, os círculos sociais, a mídia, assim por diante. “O significado é uma construção ativa, radicalmente dependente da pragmática do contexto, questionando, portanto, a suposta universalidade das chamadas “asserções de verdade”” (PETERS, Michael, p.32, 2000).

Portanto, utilizaremos o pressuposto de que a revista Veja possui um discurso político-ideológico de centro-direita, fundamentado principalmente pelos princípios neoliberais e conservadores, enquanto que CartaCapital é de centro-esquerda,

concebendo como ideologia e política editorial os preceitos sociais e democratas.

Contrato midiático

Tanto Veja, quanto CartaCapital, ao exporem o fato noticioso na abordagem que fizeram da tragédia de Mariana-MG trabalham com visões de mundo, ou seja, a política editorial de cada veículo ajuda na construção ativa do discurso pois, como instituições simbólicas, produzem sentidos que intervêm no real do sentido: esse é um efeito de tentativa de poder. As reportagens “Tragédia em Mariana: para que não se repita” e “O rio amargo que corre para o mar” trabalham como simulacros, representações da verdade a partir de seus pontos de vista, visando interesses que são subjetivos às empresas que os fabrica. Assim, a suposta busca pela objetividade jornalística também é discursiva, já que ambas as revistas imprimem e deixam suas marcas e vestígios nos textos e são essas que nos interessam na análise desse contexto. O não dito também é discursivo, pois escolher o que dizer e não dizer, também produz efeito de significado.

Dessa forma, os textos de caráter jornalístico são discursos de informação, tipo específico de discurso que rege a mídia, produções de sentidos que se submetem ao contrato de informação midiático vigente: um enunciador opera convocações narrativas para que se cumpra a promessa ao enunciatário de que ele pode ser, ter, saber e poder mais, como nos mostra Prado:

“Para que as pessoas comprem textos, principalmente de revistas e da televisão? A resposta não é para se informar, mas: para se enquadrar, ao se informar, para se localizar, para ter narrativas de enquadramento no mundo, para saber qual é o meu mundo, como ele funciona, como eu posso pertencer melhor a esse que já é o meu mundo. Que realidade é essa à qual pertença e devo pertencer como ser em devir que sou? Como eu me transformo para melhor ser esse que eu gostaria de ser? Como entendo melhor o mundo? Tais questões implicam em modalizações de ser, de saber, de fazer, de poder, modalizações tais que não são formatadas somente a partir do dado bruto da informação jornalística, mas segundo regimes de visibilidade e de atenção, ancorados em fortes estratégias de passionalização, ou seja, no apelo passionalizado para captar a atenção do leitor” (PRADO, José Luiz Aidar, p.65, 2011).

Para Patrick Charaudeau (2006), os meios de comunicação são suportes institucionais que se apoderam de diferentes conceitos para integrá-los em suas diferentes lógicas: econômica, tecnológica e, a que mais se sobressai, a simbólica, específica no âmbito do discurso da informação.

É nesse sentido que todo discurso depende das condições específicas da relação de troca na qual ele é produzido. Até porque “todo discurso, antes de manifestar o mundo, manifesta uma relação” (SILVA, M. P., p. 180, 2010). Isso quer dizer que todo locutor se submete às restrições dos dados de comunicação presentes no ato comunicativo e que o interlocutor ou destinatário dessa comunicação tem a capacidade de reconhecer tais dados. Essa co-intencionalidade é construída porque “o necessário reconhecimento das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos

leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência” (CHARAUDEAU, P., p. 68, 2006).

É assim que se dá a relação entre Veja e CartaCapital com os seus leitores. São públicos específicos que consomem os produtos jornalísticos das duas revistas, pois reconhecem uma série de atributos, tais como: a legitimidade que os dois veículos têm; o direito de reproduzirem a realidade que lhes convém; e que as visões que eles difundem estão intimamente ligadas às visões que os mesmos leitores compactuam de mundo, nesse processo relacional e dialógico onde se encontram. Assim, esse elaborado contrato de comunicação resulta de características próprias à situação de troca, os dados externos, e das idiosincrasias discursivas e linguísticas, os dados internos. Ou seja, os atributos macroestruturais (ideologia, nacionalidade, clube de coração, partido político) somente operam através do reconhecimento desses atributos pelo destinatário, onde o diálogo é a circunstância microsocial, onde as operações se tornam reconhecidas.

Análise das reportagens segundo o contrato midiático

Conforme as explicações sobre os dados externos, internos e suas subdivisões forem sendo apresentados, iremos fazer as elucidações juntas aos textos tidos como objetos de estudo desse artigo.

Os dados externos são constituídos pelas regularidades comportamentais dos indivíduos, pois “são confirmadas por discursos de representação que lhes atribuem valores e determinam assim o quadro convencional no qual os atos da linguagem fazem sentido” (CHARAUDEAU, P., p. 68, 2006). Nesse sentido, é fácil observar que, provavelmente, apenas pesquisadores vão carregar ou ler as duas revistas por aí, porque geralmente se lê uma em detrimento da outra. O francês divide esses dados externos em outras quatro categorias: condição de identidade, finalidade, propósito e dispositivo.

A condição de identidade prevê, como o próprio nome fala, a identidade dos parceiros nessa troca linguageira: “Quem fala a quem?”. Traços de idade, gênero, etnia, classe social, econômica e cultural influenciam na identidade dos sujeitos, contribuindo para essa condição. Portanto, ao ler texto de Veja ou CartaCapital e saber que elas são empresas jornalísticas determina um critério de legitimidade perante as duas, ou seja, que seus produtos noticiosos possuem um caráter intrínseco, que os autentica enquanto enunciadores. Também leva a perceber que seus leitores, de uma forma ou de outra, possuem duas características enquanto públicos-alvo: a inteligibilidade (a capacidade de pensar, de ser crítico) e afetividade (aquele que se acredita não avaliar nada de maneira racional, que baseia a sua leitura em fatores emocionais). Assim, a seletividade ideológica importa no acerto do “público-alvo”. A revista Veja, como distinta enunciativa e uma das porta-vozes conservadoras brasileiras, fala aos leitores que padecem dessa visão de mundo, assim como a CartaCapital, progressista em vários

aspectos culturais, morais e sociais, discursiva para esse distinto público leitor. É lógico que nem todo leitor precisa estar alinhavado com a sua posição política-ideológica, mas isso definitivamente ajuda na escolha do veículo a ser lido.

A condição de finalidade requer que todo ato de linguagem tenha uma função e se resume em uma pergunta: “Estamos aqui pra dizer o quê?”. A resposta para essa pergunta é: fazer com que o outro seja incorporado à sua própria intencionalidade. Assim, nesse campo simbólico de disputa, cada revista impõe sobre seus leitores a sua intencionalidade em termos de visadas:

“Quatro tipos de visadas (que podem combinar-se entre si) parecem particularmente operatórias: a prescritiva, que consiste em querer “fazer fazer”, isto é, querer levar o outro a agir de uma determinada maneira; a informativa, que consiste em querer “fazer saber”, isto é, querer transmitir um saber a quem se presume não possuí-lo; a iniciativa, que consiste em querer “fazer crer”, isto é, querer levar o outro a pensar que o que está sendo dito é verdadeiro (ou possivelmente verdadeiro); a visada do páthos, que consiste em fazer sentir, ou seja, provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável” (CHARAUDEAU, P., p. 69, 2006).

Essas quatro visadas são preponderantes para entender a relação das revistas com seus públicos e as incorporações feitas discursivamente. Na visada prescritiva, a tentativa das revistas é impor uma ordem, uma lógica pela qual seus enunciatários possam vislumbrar um possível viés de mundo agir daquela forma. A visada informativa explicita uma informação que antes o leitor não possuía. Apesar de que, ao ler as reportagens os leitores possam estar entrando em contato com o acontecimento pela primeira vez (ou não), em *Veja*, trabalhando com, além de outras coisas, um hipotético abalo sísmico em seu texto (mas não o comprovando), aponta suas palavras para um possível evento de origem natural, o que desresponsabiliza a Samarco, empresa responsável pela extração de minério na região. *CartaCapital* também oferta informações exclusivas aos seus leitores, tais como a divisão acionária da Samarco e todas as suas subdivisões, o que remete a uma tentativa de responsabilizar ainda mais empresas privadas no âmbito da tragédia. Essa tentativa informacional é discursiva e ideológica, já que, partindo do pressuposto de que não foi um acidente natural, no caso da *Veja*, ao tentar proteger a maior responsável pelo evento, ela acaba disseminando uma ideia neoliberal, congruente à uma ideologia de direita. *CartaCapital* também se expressa simbolicamente. Ao responsabilizar, com ar de deboche, as empresas responsáveis e explicitando as suas divisões acionárias, o texto imprime uma ideia de que, pelo menos nesse caso, o poder do mercado e do liberalismo é o que faz com que esse tipo de tragédia ocorra.

Na visada iniciativa, tanto *Veja* quanto *CartaCapital* agem para, intrinsecamente, coibir o leitor de que aquela visão compete à realidade do acontecimento, ou pelo menos a sua verossimilhança. Por fim, a visada páthos é especialmente manejada pelas duas revistas: em *Veja*, a espetacularização dos heróis de Mariana (uma retranscrição apenas para elevar os personagens que ajudaram na busca por desaparecidos e falecidos) ajuda nessa provocação de um estado emocional; em *CartaCapital*, isso também fica

evidente ao utilizar a palavra Amargo (com o primeiro a em caixa alta) para explicitar e dar uma sensação do estado da água na região, causando um sentimento no leitor.

Continuando, todo ato de comunicação se constrói em torno de um domínio de saber. Assim, o propósito é a condição que requer uma maneira de recortar o mundo em “universos tematizados”. A pergunta chave para essa condição é: “Do que se trata?”. Todo recorte dos acontecimentos é tematizado, colocando-o em sua editoria idiossincrática e seu título leva a possíveis retrancas, condizentes com essas temáticas, que nada mais são do que chapéus que englobam, recortam e categorizam. Assim, nessa pesquisa, a tragédia em Mariana-MG, de editoria ambiental, os títulos e retrancas, as revistas em que estão inseridas e os textos semanticamente e sintaxicamente produzidos, diminuem o número de possibilidade de assuntos a serem incluídos como possíveis temáticas dessa lógica jornalística a qual a troca deve se reportar a esse macro-tema.

Por fim, a condição do dispositivo remete à pergunta: “Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação, que lugares físicos são ocupados pelos parceiros, que canal de transmissão é utilizado?”. O dispositivo prevê que o ato comunicativo se construa de uma maneira característica, que está intimamente ligada às condições materiais que esse processo linguageiro se inscreve.

“O dispositivo constitui o quadro topológico da troca, que é mais ou menos manifesto, mais ou menos organizado. Em certos casos, é objeto de uma montagem cênica pensada de maneira estratégica, como nas mídias televisuais (debates, emissões de variedades e jogos) ou na publicidade; em outros casos, interfere muito pouco, como nas conversas espontâneas, embora mantenha certas características. O dispositivo é o que determina variantes de realização no interior de um mesmo contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, P., p. 70, 2006).

Outros fatores que são necessários abordarmos são os dados internos, “são aqueles propriamente discursivos, os que permitem responder à pergunta do “como dizer”” (CHARAUDEAU, P., p. 70, 2006).

Esses dados constituem uma série de restrições discursivas de todo ato de comunicação, pois “são o conjunto dos comportamentos linguageiros esperados quando os dados externos da situação de comunicação são percebidos, depreendidos, reconhecidos” (CHARAUDEAU, P., p. 70, 2006). Relacionando os dados internos com o contexto aqui exposto, após o reconhecimento dos dados externos, é certo que o leitor de *Veja* ou de *CartaCapital*, ao lerem as reportagens propostas sobre o caso, esperam alguns posicionamentos léxicos e semânticos, comumente utilizados pelas revistas. É como esperar que, aquilo que foi sempre dito e o jeito que foi dito, teria que ser dito também.

Os dados internos também se dividem em outras três categorias: o espaço de locução, de relação e de tematização. O espaço de locução é aquele no qual o sujeito falante, o enunciador, deve resolver o problema da “tomada da palavra”. Assim, ele deve de alguma maneira conquistar o seu direito de poder comunicar justificando essa tomada da palavra, impondo-se como sujeito falante e identificar o sujeito a quem se

destina.

Espaço de relação pressupõe que o sujeito falante, ao construir sua própria identidade, ou o ethos discursivo, estabelece relações de força ou de aliança, uma dialética de agressão ou conviência com o interlocutor. Por ethos discursivo entende-se “um sujeito construído pelo discurso e não uma subjetividade que seria a fonte de onde emanaria o enunciado [...]. O ethos é uma imagem do autor, não é o autor real; é um autor discursivo, um autor implícito” (FIORIN, José Luiz, p. 139, 2008).

Por fim, o espaço de tematização pressupõe, assim como nos dados externos, a organização do saber ou, como o nome mesmo diz, a sua tematização.

“O sujeito falante deve não somente tomar posição com relação ao tema imposto pelo contrato (aceitando-o, rejeitando-o, deslocando-o, propondo um outro), escolhendo um modo de intervenção (diretivo, de retomada, de continuidade etc.), mas também escolher um modo de organização discursivo particular (descritivo, narrativo, argumentativo) para esse campo temático, em função, como já dissemos, das instruções contidas nas restrições situacionais” (CHARAUDEAU, P., p. 71, 2006).

CONCLUSÕES

Ao percorrermos todo essa trajetória teórico-metodológica e aplicar os conceitos do contrato de comunicação midiático nas reportagens “Tragédia em Mariana: para que não se repita” e “O rio amargo que corre para o mar”, nas plataformas online de Veja e CartaCapital, foi fácil identificar que as estratégias discursivas que ambas as revistas utilizam em seus textos, de maneira opaca, imprimem visões de mundo. Nesse sentido, o contrato midiático serve como base para identificarmos a relação de trocas simbólicas entre a instância de produção e a de recepção e como a visada “fazer saber” age nesse nicho para, no caso da Veja, disseminar conteúdo que conservador e (neo)liberal, ao proteger a empresa envolvida na tragédia enquanto que CartaCapital faz o inverso, incrimina ferozmente a Samarco, este, que também é um efeito discursivo que tendência uma visão político ideológica de centro-esquerda, égide de um discurso ambiental e de uma sede por justiça e igualdade. Em tempos de polarização política, entender as práticas culturais é entender como produtos culturais trabalham para fomentar esse tipo de divisão social.

REFERÊNCIAS

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. **O paradoxo da esquerda no Brasil**. Revista Novos Estudos, São Paulo: Cebrap, n. 74, mar. 2006, pp. 25-45.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERNANDES, Pedro V. **Arautos da crise: A cobertura da Operação Lava-Jato em Veja e CartaCapital**. 2016. 117 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

GONÇALVES, Elizabeth. Comunicação e linguagem: a construção dos discursos nas organizações

contemporâneas. In: GALINDO, Daniel. **Comunicação institucional: expansões conceituais e imbricações temáticas**. São Bernardo do Campo: UMESP, 2012. p.13-29.

PETERS, Michael. **Pós-estruturalismo e filosofia da diferença**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2000.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. 2ª ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SILVA, Carla Luciana Souza da. **Veja: o indispensável partido neoliberal**. Niterói, RJ: UFF/ UNIOESTE, 2005.

SILVA, M. P. **Como os acontecimentos se tornam notícia: Uma revisão do conceito de noticiabilidade a partir das contribuições discursivas**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, SC: UFSC, 2010. 173-184. ISSN 1984-6924. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/1984-6924.2010v7n1p173/12707> Acesso em: 20 mai.2017

SILVA, Gustavo Jorge. **Conceituações Teóricas: Esquerda e Direita**. Humanidades em Diálogo (Impresso), v. VI, p. 149-162, 2014.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2004.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-027-8



9 788572 470278