

A Representação do Político Brasileiro: uma análise do cartaz do filme “O Candidato Honesto”¹

Thiago Ramos de MELO²
Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES³
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

Neste trabalho, procuramos analisar como é construída a representação do político brasileiro a partir de uma análise do cartaz do filme de comédia nacional “O candidato honesto”. Enquanto elemento sintetize, o cartaz incorpora certos aspectos dos discursos do filme, atuando também como elemento de produção de sentidos na construção dos dizeres acerca de nossa realidade social. Diante disso, adotamos como método a proposta da Análise de Discurso Crítica (ADC) faircloughana, que concebe a linguagem como parte irredutível da vida social, pressupondo uma relação interna e dialética entre língua e sociedade. O humor, que num primeiro momento aparenta criticar o político nacional, acaba por tornar-se um elemento de naturalização de determinados discursos circulantes em sociedade.

Palavras-chave

Cartaz Cinematográfico; Discurso; Político; Representação.

1 Introdução

Neste trabalho, procuramos analisar como é construída a representação do político brasileiro a partir da análise do cartaz do filme de comédia nacional “O candidato honesto”. A comédia narra a história de João Ernesto Praxedes (Leandro Hassum), que é um político corrupto e candidato à presidência da República. Contextualmente, o filme estreia nos cinemas brasileiros no dia 02 de outubro de 2014, três dias antes do início das eleições presidenciais. Na estreia, segundo o Guia online da Folha de São Paulo, a bilheteria do filme superou a marca de R\$ 5 milhões.

Quanto a isso, Bittencourt (2011) lembra que o cinema, além de uma força narrativa para contar as histórias da humanidade, também é fundamental para a construção do imaginário social. “O cinema, por meio de seus filmes, cria imagens que ampliam o

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Email: thiago.rmelo09@hotmail.com

³ Orientador do Trabalho. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí. Email: flaerte@msn.com

vocabulário cultural e constitui parte de nosso repertório pessoal” (BITTENCOURT, 2011, p. 3).

O cartaz cinematográfico, neste contexto, atua como a “embalagem” do filme, convidando e seduzindo o espectador a consumir aquele determinado produto. Porém, pelo seu caráter sintetizador⁴, o cartaz cinematográfico atua também como um elemento de produção de sentidos na construção dos dizeres acerca de nossa realidade social.

Diante disso, adotamos como método a proposta da Análise de Discurso Crítica (ADC), na perspectiva de Fairclough (2003) e Chouliaraki e Fairclough (1999), que concebe a linguagem como parte irreduzível da vida social, pressupondo uma relação interna e dialética entre língua e sociedade. Nesta perspectiva, a linguagem, enquanto discurso, é entendida como parte de uma prática social, que, por um lado, constitui a realidade e, por outro, é constituída por esta mesma realidade.

Quanto à estrutura, num primeiro momento esclarecemos os conceitos referentes à proposta teórico-metodológica da Análise de Discurso Crítica. O segundo tópico discorre sobre os mecanismos de produção de sentidos da imagem, esta que é uma das ferramentas predominantes na comunicação contemporânea. Também promovemos uma discussão acerca dos textos multimodais, que são os textos compostos por mais de um modo semiótico. A sistematização do estudo da multimodalidade acontece por meio da Gramática Visual desenvolvida por Kress e van Leeuwen (2006), que estabelece parâmetros de observação dos elementos que compõe as mensagens que utilizam imagens como recurso de linguagem.

Em seguida, descrevemos os procedimentos metodológicos, seguindo a proposta da ADC, e aplicamos os conceitos estudados na análise do cartaz do filme “O candidato honesto”. Por fim, apontamos nossas inferências, tendo em vista a forma como se dão as relações que se estabelecem, ressemantizam e dialogam na superfície discursiva do cartaz analisado.

2 ADC: Princípios Teóricos

Adotamos aqui a proposta teórico-metodológica da Análise de Discurso Crítica na perspectiva de Fairclough (2003) e Chouliaraki e Fairclough (1999), que analisa as relações dialéticas entre semioses – imagens, linguagem corporal e a própria língua – e outros

⁴ Quintana (1995, p. 59) destaca o cartaz com o elemento sintetize do filme, de modo que a sua imagem contém “o instante pregnante, ou seja, o instante que revela, segundo o ilustrador, a essência do acontecimento”.

elementos das práticas sociais – a atividade produtiva, os meios de produção, as relações sociais, as identidades sociais, os valores culturais e a consciência –, com o intuito de entender o papel desempenhado pela linguagem no novo capitalismo.

Este enfoque, conforme explicam Resende e Ramalho (2006), apresenta uma aproximação com o pensamento do Realismo Crítico bhaskariano, que considera a vida social como um sistema aberto, constituído de várias dimensões (física, psicológica, econômica, semiótica, social, e etc.) com estruturas distintas e mecanismos gerativos próprios, e que operam simultaneamente, gerando efeitos sobre os demais mecanismos, sem se excluírem ou reduzirem.

Com base nesse pensamento, a ADC considera a organização da vida social em torno de práticas, isto é, “maneiras habituais, em tempos e espaços particulares, pelas quais pessoas aplicam recursos – materiais ou simbólicos – para agirem juntas no mundo” (CHOULIARAKI; FAIRCLOUGH, 1999, p. 21). Este enquadramento possibilita o enfoque de determinado problema a partir de sua conjuntura, evidenciando a importância das práticas sociais e de seus elementos articulatórios no processo analítico.

O conceito de articulação remete, esclarecem as autoras, a cada um dos momentos de uma prática, também formados por elementos em articulação interna. O momento discursivo de uma prática particular, por exemplo, “é resultado da articulação de recursos simbólicos/discursivos (como gêneros, discursos, estilos), articulados com relativa permanência como momentos do Momento do discurso” (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 35).

As práticas ainda são articuladas de modo a constituírem redes das quais se tornam momentos. De acordo com Resende e Ramalho (2006), essa abordagem de redes é importante para a ADC por dois motivos:

as práticas assim compreendidas são determinadas umas pelas outras e cada uma pode articular outras gerando diversos efeitos sociais. As redes são sustentadas por relações sociais de poder, estando as articulações entre práticas ligadas a lutas hegemônicas. Desse modo, permanências de articulações são compreendidas como efeito de poder sobre redes de práticas, enquanto tensões pela transformação dessas articulações são vistas como lutas hegemônicas (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 43).

Segundo Fairclough (2003), nas práticas, a semiose atua de três maneiras: como parte da atividade social inserida em uma prática, como representações e a no desempenho de posições particulares. A semiose como parte da atividade social constitui gêneros discursivos, que dizem respeito às maneiras diversas de agir, de produzir a vida social

semioticamente. A semiose na representação e autorrepresentação de práticas sociais constitui os discursos, que são as várias representações da vida social. No desempenho das posições, a semiose constitui os estilos, que são maneiras de ser, identidades, em seu aspecto semiótico.

As práticas sociais inter-relacionadas de maneira particular constituem a ordem social que, em seu aspecto semiótico, constituem ordens de discurso. De acordo com o autor, uma ordem de discurso é uma estruturação social da diferença semiótica, uma ordenação social particular das relações entre os diversos discursos e gêneros.

Vale ressaltar que nessa ordenação, algumas maneiras de construir sentido são dominantes, outras são marginais, subversivas, alternativas. Uma ordem de discurso não é um sistema fechado ou rígido, invés disso, é um sistema aberto. Assim, Fairclough (2003) ressalta que o conceito de hegemonia pode ser útil quando aplicado à análise de ordens de discurso, de forma a avaliar como determinada estruturação social pode sustentar relações de dominação ou contestar em maior ou menor proporção.

Segundo Resende e Ramalho (2006), a hegemonia caracteriza o poder de dominação que um grupo exerce sobre os demais, baseado mais no consenso que no uso da força. A luta hegemônica acontece no social, em nível discursivo. A hegemonia é garantida por um estado de relativa permanência de articulações dos elementos sociais, porém, o poder é apenas temporário, com equilíbrio instável, e com isso, as relações assimétricas são passíveis de superação. A reconfiguração ou recombinação dos elementos que atuam na articulação proporcionam a mudança discursiva.

3 Imagem e Representação

A imagem tem sido um meio de expressão da cultura humana desde as pinturas pré-histórias das cavernas, muito antes do aparecimento do registro da palavra escrita. De acordo com Joly (2001), o homem, por todo o mundo, deixou vestígios das suas faculdades imaginativas sob a forma de desenhos feitos em rochas, desde os tempos mais remotos do paleolítico até a época moderna.

Estes desenhos eram destinados a comunicar mensagens e muitos deles constituíram aquilo que se chamou de “os pré-anunciadores da escrita”, utilizando processos de descrição-representação que apenas retinham um desenvolvimento esquemático de representações de coisas reais” (JOLY, 2001, p. 17-18).

De acordo com Joly (2001), em uma sociedade imagética como a nossa, somos cotidianamente levados à sua utilização, decifração e interpretação de imagens. Segundo a autora, somos consumidores de imagens, “daí a necessidade compreendermos a maneira como a imagem comunica e transmite as suas mensagens; de fato, não podemos ficar indiferentes a uma das ferramentas que mais dominam a comunicação contemporânea” (JOLY, 2001, p. 1).

Para Magalhães (2003) a imagem é, antes de qualquer coisa, um produto cultural, e, por isso, social. Segundo o autor, não existem imagens inocentes, puras ou neutras, visto que elas se constituem sempre como um querer dizer algo para alguém. “Mesmo a imagem que se pretenda isenta de linguagem, como é o caso da arte, é prenhe de sentido: a visualidade e a sensibilidade se entremesclam no pântano milenar da palavra impronunciável” (MAGALHÃES, 2003, p. 62).

Segundo o autor, o termo imagem, na etimologia latina “imago”, faz alusão ao espectro, o fantasma, com referência às máscaras mortuárias. No grego adota-se o sentido de “eikón”, imagem que se caracteriza por guardar certa similaridade com o objeto ao qual representa no mundo real. No sentido latino, a imagem é da ordem da cultura e refere-se a “alguma outra coisa que não ela mesma. Essência que só se realiza pela mediação, através da representação, em oposição ao termo grego (ícone) que se realiza pela apresentação, denotação e sentido imanente” (MAGALHÃES, 2003, p. 62).

Tal qual a matéria verbal, a imagem comporta certos vazios, indeterminações, que possibilitam múltiplos sentidos. Também, da mesma forma que a palavra, a imagem é um signo que adquire sentido a partir de um contexto no qual foi produzida. Neste sentido, imagem, enquanto produto social, “é prenhe de desvios, vazios e interpretações” (MAGALHÃES, 2003, p. 89).

Joly (2001) ressalta também que é preciso não esquecer que se a imagem é representação, isto implica que ela utilize necessariamente regras de construção. Se estas representações são compreendidas por outros que não aqueles que as fabricam, é porque existe entre elas um mínimo de convenção sociocultural. Estas relações estão diretamente ligadas ao caráter icônico das imagens, isto é, a capacidade do signo de representar por semelhança o mundo objetivo ou de ser a imagem de um objeto real.

Neste sentido, Santaella e Nörth (2008) consideram que o mundo das imagens se divide em dois domínios: o domínio das imagens como representação visual (desenhos, pinturas, gravuras, fotografias, etc.), e o domínio imaterial das imagens na mente dos

indivíduos (imagens como fantasias, visões, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais). Estes domínios imagéticos não existem separados, de modo que “não há imagens como representações visuais que não tenham surgido de imagens na mente daqueles que as produziram, do mesmo modo que não há imagens mentais que não tenham alguma origem no mundo concreto dos objetos visuais” (SANTAELLA; NÖRTH, 2008, p. 15).

Assim, a mente constrói modelos que se adequam por semelhança à realidade objetiva e neste sentido os ícones são pressuposições de imagens, como ressalta Vilches (1984). Os sentidos estão então entre os signos e as regras de conteúdo culturais que filtram a conexão com os objetos. Sem a pretensão de nos aprofundarmos nos estudos da recepção, tal compreensão é importante por permitir perceber que “toda teoria da imagem pressupõe uma teoria do significado e deve estudar os sistemas culturais atualizados nas operações de representação” (VILCHES, 1984, p. 28).

Ao buscar entender os mecanismos de produção de sentidos na imagem, isto é, as propriedades discursivas da matéria imagística, Magalhães (2003) faz algumas considerações: 1 – A imagem em si, em sua materialidade icônica, não possui a clareza em que se acredita; 2 – A imagem enquanto produto cultural faz parte de uma rede de produção social de sentido, “e por isso, revela, potencialmente alguma significação, mas descritiva e restritiva aos limites culturais do contexto” (MAGALHÃES, 2003, p. 87); 3 – para ser enquadrada como matéria discursiva, orientada para a produção de determinado sentido, a imagem necessita do apoio de recursos discursivos e reconhecidos socialmente.

4 Imagem e Multimodalidade

As tecnologias da comunicação avançam de modo surpreendente nos dias atuais, provocando mudanças significativas na forma de se conceber a linguagem. Os textos informativos hoje vêm acompanhados de uma infinidade de imagens e recursos gráficos, colocando em cena um conceito de texto multimodal, isto é, textos compostos por mais de um código semiótico.

Na cultura ocidental, no decorrer do século XX, os mais diversos recursos semióticos passaram a articular-se com a linguagem verbal, tornando comum a produção de textos multimodais. Para Maroun (2007), todo o texto escrito é multimodal, isto é, composto por mais de um modo de representação. A autora cita que o enfoque multimodal busca compreender todos os “modos de representação que entram no texto com a mesma

precisão metodológica que a análise do discurso é capaz de lançar no texto linguístico” (MAROUN, 2007, p. 91).

Com o objetivo de sistematizar o estudo da multimodalidade visual, Kress e van Leeuwen (2006) lançam sua Gramática do Design Visual, que vai buscar estabelecer parâmetros de observação de elementos que compõe imagens. Eles citam que apesar da grande quantidade de trabalhos voltados para as imagens, são poucos os que fornecem descrições úteis das estruturas de composição imagética.

Diante disso, os autores buscam analisar que elementos são usados na produção de significados nas imagens contemporâneas. Ressaltam, porém, que sua gramática não é "universal", visto que a linguagem visual não é transparente e universalmente compreendida, invés disso, é culturalmente específica.

Kress e van Leeuwen (2006) acreditam que as estruturas visuais são semelhantes às estruturas linguísticas, de modo que estas também apontam para interpretações particulares de experiência e formas de interação social. As escolhas de composição imagética são também escolhas de significado, de forma que os significados são pertencentes à cultura, e não a modos semióticos específicos. Por exemplo,

aquilo que é expresso na linguagem através da escolha entre diferentes classes de palavras e estruturas oracionais, pode, na comunicação visual, ser expresso através da escolha entre os diferentes usos de cor ou diferentes estruturas composicionais. E isso afetará o significado. Expressar algo verbalmente ou visualmente faz diferença (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p.19).

Assim, os autores citam que da mesma forma que as gramáticas da língua buscam descrever a forma como as palavras se combinam em orações, frases e textos, a Gramática Visual busca descrever a maneira pela qual os elementos retratados - pessoas, lugares e coisas - se combinam em "enunciados" visuais de maior ou menor complexidade e extensão.

Os elementos de significação da representação visual estudados por Kress e van Leeuwen (2006) são definidos dentro do quadro teórico da Semiótica Social, que tem por noção-chave o conceito de “signo” (“sign-making”). Para eles, a relação entre significante e significado é sempre motivada. “Em nossa visão, os signos nunca são arbitrários; a motivação deve ser formulada em relação ao produtor do signo (sign-maker) e ao contexto no qual o signo é produzido, e não isolada do ato de produção” (KRESS; VAN LEEUWEN, 2006, p. 25).

Maroun (2007) afirma que na perspectiva da Gramática Visual, os elementos que compõe a imagem não são entendidos apenas como “figuras”, mas como sintagmas visuais

correspondentes aos que existem na sintaxe da linguagem escrita. Neste sentido, Araujo (2008, p. 72) alude que este método de análise de textos visuais, a exemplo do que ocorre com os textos verbais, procura descrever a maneira como os elementos que compõe a imagem “combinam o seu todo significativo a partir da sua própria gramática, tal como as unidades verbais são descritas em textos obedecendo a sua ordem sintática”.

Assim como na ADC de vertente faircloughiana, a Gramática Visual de Kress e van Leeuwen (2006) também seguem o pensamento da Linguística Sistêmica Funcionalista hallidayana. Os autores adotam as três metafunções apresentadas na gramática hallidayana, a ideacional, a interpessoal e a textual, que vão corresponder às funções representacional, interativa e composicional. Segundo eles, estas três metafunções se aplicam a todos os modos semióticos, e não são específicos para a fala ou escrita.

De acordo com Araújo (2011), a metafunção representacional constrói representações da realidade em termos de seres, objetos e lugares em interação. Já a metafunção interacional instancia relações entre produtor e observador, onde o primeiro constrói a representação a ser interpretada pelo último. A metafunção composicional, segundo a autora, “combina estruturas visuais de significados representacionais e interativos, resultando no todo significativo” (ARAÚJO, 2011, p. 75 - 76). Estas metafunções e suas categorias serão mais bem trabalhadas no decorrer da análise.

Por fim, a importância da noção de multimodalidade aqui parte do interesse em buscar compreender como visual e textual dialogam na produção de sentidos.

5 O Discurso Político em Cartaz!

5.1 ADC: Princípios metodológicos

No que tange ao aparato metodológico da ADC, o Fairclough (2003) divide em cinco estágios: 1. Dar ênfase em um problema social que tenha um aspecto semiótico; 2. Identificar obstáculos para que o problema seja resolvido pela análise; 3. Considerar se a ordem social (a rede de práticas) em algum sentido é um problema ou não; 4. Identificar maneiras possíveis para superar os obstáculos; 5. Refletir criticamente sobre a análise.

Com relação ao estágio 1, Fairclough (2003) esclarece que a ADC tem objetivos emancipatórios projetados para mostrar problemas enfrentados pelas pessoas em razão das formas particulares de vida social, fornecendo recursos para que se chegue a uma solução. No que diz respeito à ênfase no problema, o autor recomenda o uso de fontes acadêmicas e

não-acadêmicas com o objetivo de entender contextualmente o que já foi dito acerca do problema em questão.

O estágio 2 da apreciação crítica aborda o diagnóstico do problema, considerando a maneira pela qual as práticas sociais se inter-relacionam, o modo de relação da semiose com outros elementos de práticas sociais e com características de discurso em si.

O estágio 3 da análise procura estabelecer uma relação entre como as coisas são e como elas devem ser, avaliando de que modo o ideológico é usado para a manutenção de relações de dominação. O estágio 4 se caracteriza pela identificação das alternativas de mudanças a serem concebidas.

Por fim, o estágio 5 é autoreflexivo, questionando a contribuição da análise para a emancipação social. Neste sentido, o papel do analisar é refletir criticamente sobre a análise feita, questionando como sua análise pode contribuir para a resolução do problema social em questão.

5.2 “O Candidato Honesto”

Considerando isso, como já mencionado anteriormente, procuramos analisar como é construída a representação da política nacional a partir da análise do cartaz do filme de comédia brasileiro “O candidato honesto”. Para tanto, procuramos primeiramente entender como determinados aspectos do universo político e social se interrelacionam com a prática cinematográfica e como estes elementos são reapropriados na composição do cartaz do filme.

O filme “O candidato honesto” é uma comédia brasileira que narra a trajetória do político corrupto João Ernesto (Leandro Hassum), que chega ao segundo turno das eleições como favorito ao cargo de presidente da República, até que sua avó o “amaldiçoa” a ser um homem honesto logo quando a disputa eleitoral atinge seu momento decisivo.

O filme procura satirizar alguns casos de corrupção na política brasileira que foram destaque na mídia nacional, como o dólar na cueca – caso referente ao episódio em que o assessor do deputado José Guimarães (PT-CE), José Adalberto Vieira, foi preso no Aeroporto de Congonhas, em São Paulo, com 100.000 dólares escondidos na cueca, em 2005 – e o caso do Mensalão – denominado de “mesadinha” no filme. A estreia oficial aconteceu no dia 2 de outubro (três dias antes do primeiro turno das eleições). Na estreia, segundo o Guia online da Folha de São Paulo, a bilheteria do filme superou a marca de R\$ 5 milhões.

Outro fato a se mencionar é que antes do lançamento do filme, o protagonista João Ernesto fez um pronunciamento fictício veiculado na TV Globo durante o intervalo do Jornal Nacional e, simultaneamente, na Rede Telecine e Megapix, Canais Fox, e nos canais GNT, Multishow e Sportv 1, 2 e 3, da Globosat. Assim, o filme não apenas faz referência ao “real” – casos “reais” e que ganharam repercussão na mídia –, como também ele próprio associa-se às práticas do universo da mídia noticiosa televisiva – detentora de um caráter de “real” – extrapolando assim seus limites ficcionais.

Essa relação de articulação entre os recursos discursivos do gênero cinematográfico ficcional com o gênero televisivo noticioso tem efeito ideológico à medida que serve para reforçar a ideia de que o conteúdo do filme possui forte relação com a realidade social ao qual ele retrata. Desta forma, o filme deixa de ser apenas uma obra de ficção e torna-se também um elemento de intervenção política nas eleições reais, e da mesma forma o cartaz.

5.3 A Análise

De acordo com Quintana (1995), assim como todo texto, o cartaz cinematográfico constitui um todo de significação que não se reduz a soma de suas partes. Contudo, para fins de análise, o autor evidencia as seguintes unidades textuais: o Título, a Ilustração, os Créditos e a Chamada, este último com menos frequência.

O título anuncia conteúdo e designa a obra. A ilustração representa “o instante pregnante, ou seja, o instante que revela, segundo o ilustrador, a essência do acontecimento” (QUINTANA, 1995, p 59). Os créditos mostram a ficha técnica do filme, conforme as hierarquias contratuais. As chamadas, segundo o autor, são um signo indicial remático, no sentido pierciano, como uma coisa ou evento da experiência que remete a um objeto pelo qual sua presença é determinada.

A seguir, utilizaremos algumas das categorias de análise propostas pela Gramática do Designe Visual de Kress e van Leeuwen (2006) na análise dos elementos supracitados, a saber: Estrutura Conceitual (Metafunção Representacional), Valor de Informação e Moldura (Metafunção Composicional), Distância Social e Perspectiva (Metafunção Interacional).



Fonte: images.google.com.br

Inicialmente, em relação à Metafunção Representacional, considera-se que o cartaz enquadra-se na categoria Estrutura Conceitual. Segundo Araújo (2011), esta é uma estrutura desprovida de relações vetoriais (ação), e os participantes são representados como sendo ou significando algo de forma atributiva, isto é, a quem podemos atribuir valores. Estes valores que buscam construir a imagem do personagem estão presentes nos demais elementos de composição do cartaz.

Na imagem, o título do cartaz aparece em destaque, com letras brancas sobre o fundo preto: “O CANDIDATO HONESTO”. O operador discursivo “honesto” aparece como uma qualidade do candidato, isto é, um elemento que o difere dos outros candidatos. Ao passo que o enunciador destaca que este candidato é honesto, ele deixa implícito que no campo político existem outros candidatos que não são.

Este efeito de sentido é reforçado pela chamada: “Ele é político. Ele é honesto. Acredite se quiser”. O ponto, que é um sinal gráfico usado na chamada para separar períodos entre si, também pode produzir um efeito de sentido de distanciamento entre a

primeira e a segunda colocação. Assim, fica pressuposto que a política e a honestidade existem em pontos separados.

A terceira parte da chamada “Acredite se quiser” reforça o distanciamento que existe entre “honestidade” e “política” no imaginário brasileiro (a quem o comentário é dirigido), postulando uma resposta para o questionamento que já vem implícito neste período. A cor verde no texto da chamada também funciona como um operador discursivo, remetendo a uma das cores da bandeira do Brasil. Com isso, a chamada evidencia que no Brasil, a política e a honestidade são elementos distanciados tanto na prática, quanto no imaginário nacional.

Da Metafunção Composicional, destacamos as categorias Valor de Informação e Moldura. O Valor de Informação refere-se ao modo como os elementos são dispostos nas zonas de composição imagética. As posições dos elementos visuais em centro/margem correspondem às informações centrais, essenciais, às quais circundam as informações periféricas.

Na zona de maior importância imagética está o personagem central do filme, João Ernesto (Leandro Hassum), que é representado de terno e gravata e portando a faixa presidencial brasileira. A expressão facial no rosto do ator pode funcionar como um elemento de caricaturização/riduculação do personagem ao qual ele representa, isto é, o político candidato “honesto” que aparece com cara de bobo.

Na imagem, a composição no enquadramento indica também uma conexão entre elementos. Neste sentido, outro elemento da Metafunção Composicional é a Moldura que, esclarece Araújo (2011), refere-se ao recurso de enquadramento utilizado em uma estrutura visual com o intuito de agrupar ou separar seus elementos composicionais. Assim, ao fundo temos a imagem do prédio do Congresso Nacional do Brasil, que é um símbolo da política brasileira. Além de servir de elemento de contextualização, a imagem também procura direcionar o olhar do leitor na dicotômica criada na relação política/honestidade para o Congresso Nacional.

Considerando as categorias da Metafunção Interacional, distância social (plano close-up), a perspectiva (frontal), é possível perceber que o gênero “cartaz cinematográfico” articula elementos do gênero “cartaz político eleitoral” em sua prática para produzir sentidos. Em cartazes eleitorais, os candidatos são geralmente apresentados em plano close-up e em perspectiva frontal, com nome (aqui o título do filme) e slogan (aqui a chamada do filme). Assim, o próprio cartaz do filme aparece como cartaz eleitoral do “candidato

honesto”. Mais uma vez é possível perceber o ficcional procurando trazer elementos do “real” para conferir uma maior aproximação entre o seu conteúdo com a realidade social do espectador.

6 Considerações Finais

O ser humano é, por natureza, um consumidor de imagens. Desde o surgimento da humanidade, a imagem, como meio de expressão cultural, sempre foi utilizada como ferramenta de comunicação, sempre através de processos de representações. Enquanto produto social, a imagem está sempre aberta ao deslize de sentidos que atravessa a cultura, relegando ao contexto o papel de reduzir parcialmente a sua opacidade, e ao destinatário a competência interpretativa para estabilizar os sentidos que por ali perpassam.

A ADC, como método interessando em oferecer suporte científico para questionamentos de problemas sociais, nos permite perceber como determinados discursos são ideologicamente expressos, sinalizados e legitimados através da linguagem.

Neste sentido, a análise do cartaz cinematográfico de “O candidato honesto”, entendido aqui como instante condensador de um filme, nos permite perceber como é construída a imagem do político brasileiro que é lançado poucos dias antes do início do processo eleitoral e que culminará na escolha de nossos representantes políticos majoritários e minoritários.

Assim, por meios do uso de certas estratégias enunciativas, o cartaz procura criar uma relação de proximidade entre um personagem ficcional e o cenário político brasileiro. O humor, que num primeiro momento aparenta criticar o político nacional, acaba por tornar-se um elemento de naturalização de determinados discursos circulantes em sociedade, servindo para reforçar uma crença que permeia o imaginário social de que a grande parte dos políticos brasileiros é corrupta a ponto de gerar surpresa o fato de um candidato ser apresentado como “honesto”.

7 Referências

ARAUJO, R. D. Gramática Visual: trazendo à visibilidade imagens do livro didático de LE. In: **SIGNUM: Estud. Ling., Londrina**, n. 14/2, p. 61-84, 2011. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/8534/9583>> Acesso em: 04 dez. de 2014.

BITTENCOURT, G. H. F. Estratégias Publicitárias Cinematográficas: a influência dos cartazes. In: **XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, Região Nordeste, Intercom, Maceió. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1119-1.pdf>> Acesso em: 07 dez. 2014.

CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. **Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis**. Edinburgh: Edinburgh University, 1999.

FAIRCLOUGH, N. El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. In: WODAK, R; MEYER, M. (Org.). **Métodos de análisis crítico del discurso**. Barcelona: Gedisa, 2003.

JOLY, M. **Introdução à Análise da Imagem**. São Paulo: Papiros, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. New York: Routledge, 2006.

MAGALHÃES, L. **Veja, Isto é, leia: produção e disputas de sentido na mídia**. Teresina: UFPI, 2003.

MAROUN, C. R. G. B. O texto multimodal no livro didático de Português. In: VIEIRA, J. An. **Reflexões sobre a língua portuguesa: uma abordagem multimodal**. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 77-107, 2007.

QUINTANA, H. G. **Cinema, cartaz e imaginário**. Campinas, 1995. Dissertação (Mestrado em Mídias) Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1995.

RESENDE, V. M., RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

SANTAELLA, L.; NÖRTH, W. **Imagem: cognição, semiótica e mídia**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

VILCHES, L. **La lectura de la imagen**. Barcelona: Paidós, 1984.