

Mídia e Ideologia: uma Análise de Discurso sobre a maconha das revistas Veja, Superinteressante e Época¹

Marcos Vinicius Madalena da SILVA²

Viviane Cristina CAMELO³

União das Escolas Superiores de Rondônia, Porto Velho, RO

RESUMO

É através dos meios de comunicação que muitos tomam conhecimento dos fatos que ocorrem ao seu redor. Sendo a principal difusora de informações, a mídia possui uma nítida força e controle de influência social, possuindo relevância ativa para a manutenção de uma democracia. A partir dessa constatação, o presente trabalho tem como objetivo analisar os discursos de três revistas impressas: Veja, Superinteressante e Época, comparando seus textos entre si e os seus respectivos reflexos no meio social. O trabalho busca por em debate os conflitos ideológicos e suas divergências discursivas. O estudo é realizado através da disciplina Análise de Discurso com a sua abordagem francesa.

PALAVRAS-CHAVE: mídia; maconha; análise de discurso; ideologia; revista.

INTRODUÇÃO

É indiscutível que ao falar sobre maconha causa-se total alvoroço, pois as opiniões acerca do tema são as mais variadas possíveis. Há quem defenda sua descriminalização ou legalização. E a quem a repudie de forma veemente. Essa discussão se encontra em âmbito mundial. O mundo todo está reformulando seus dogmas e paradigmas sobre o signo *maconha*. No Brasil não é diferente, as novas revelações científicas sobre o uso da maconha tem resultado em uma grande divergência, que passa a ocupar os espaços e campos de debates políticos e também na mídia que é o foco desse estudo.

A hipótese central deste estudo concentra-se no fato de que a influência exercida pela mídia sobre os indivíduos traz consigo, não só os efeitos denominadores, mas a preocupação com a formação de identidade do sujeito. Hoje “os meios de comunicações (mídia) estão dentro de cada um de nós” (SCHWARTZ, 1995, p. 22). As posições e os

¹ Trabalho apresentado no IJ08 Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XV Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela União das Escolas Superiores de Rondônia – UNIRON, e-mail: marcosphow@gmail.com

³ Orientadora do trabalho, Professora do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo e Publicidade e Propaganda da União das Escolas Superiores de Rondônia – UNIRON; Programadora Visual no Instituto Federal de Rondônia e Pesquisadora do Grupo de Pesquisa em Educação, Filosofia e Tecnologias GET/IFRO, e-mail: viviane.camelo@uniron.edu.br

valores enunciados pela grande mídia passam a fazer parte do cotidiano, influenciando os discursos sociais do dia a dia, contribuindo para desenvolver o pensamento crítico e a aceitação de novas concepções ideológicas. A mídia “constrói uma representação da realidade, sempre mediada pelos fatores discursivos e ideológicos” (BENETTI, 2007, p. 110).

O *corpus* do trabalho é composto por três reportagens de capa, aqui representada pelas revistas: Veja, com a sua edição nº 2293 de outubro de 2012; Superinteressante, edição nº 338 publicada em outubro de 2014; Época, edição nº 897 publicada em agosto de 2015. O estudo foi realizado através de uma abordagem discursiva, tendo como ferramenta a disciplina de Análise de Discurso, em sua abordagem francesa, cuja intenção é confrontar diferentes posições editoriais e estabelecer relações de sentido entre os enunciados/discursos vinculados por esses meios de comunicação. Por meio da análise percebe-se o constante posicionamento no diálogo entre os discursos e o embate de forças que proporcionam o contraste das posições axiológicas “trabalhando a opacidade do texto e vendo nessa opacidade a presença do político, do simbólico, do ideológico, o próprio fato do funcionamento da linguagem: a inscrição da língua na história para que ela signifique” (ORLANDI, 2001, p. 21).

DISCURSO, IDEOLOGIA E MÍDIA

O discurso é um suporte que sustenta os vários textos, que de muitas formas circulam em uma sociedade. No senso comum, chamamos de discurso um conjunto de enunciado/textos. O termo pode designar qualquer uso da língua, o discurso é constantemente ambíguo, “pode designar tanto o sistema que permite produzir um conjunto de textos, quanto o próprio conjunto de textos produzidos” define Maingueneau (2005, p. 51). O discurso não é uma simples sequência de palavras, mas um modo de pensamento, uma rede de enunciados ou de relações que tornam possível haver significantes. Tem haver mais com o sentido. Ele é responsável pela concretização das estruturas semio-narrativas.

Para Orlandi definir discurso pode, sobretudo, distanciá-lo do esquema elementar da comunicação emissor, receptor, código, referente e mensagem visto que não é apenas uma transmissão de informação, mas um complexo processo de constituição de sujeitos afetados pela língua e pela história, que se relacionam no ato da linguagem. “As relações de linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus

efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso efeito de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2001, p. 21).

Nascemos em um mundo que já é de linguagem e que os discursos já estão em prática na sociedade, nós tornamos sujeitos derivados desses discursos, e que em casos pessoais entender uma linguagem implica entender uma nova maneira o próprio conhecimento. A linguagem vai além do texto, trazendo sentidos pré-construídos que são reflexo da memória. Entende-se como memória o interdiscurso, ou seja, a memória coletiva construída socialmente. O sujeito tem a ilusão de ser dono do seu discurso e de ter controle sobre ele, porém não percebe estar dentro de um contínuo, pois todo discurso já foi dito antes.

O discurso apresenta-se como objeto teórico. É o objeto que nos permite observar as relações entre ideologia e língua, bem como os efeitos do jogo da língua na história. Pode parecer confuso, mas há distinção de grandes tipos de discurso ou formas que opõem um às outras, na ciência, literatura, filosofia, religião, história entre outros, ou seja, talvez de termos linguísticos tratados no âmbito colocado, portanto, dependeria o chamado discurso das práticas, que significa a fala segundo determinadas regras, “um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social” (FOUCAULT, 1993, p. 133).

Podemos dizer que o sentido não existe em si, mas é determinado pelas posições ideológicas que foram impostas no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas. “As formações discursivas, por sua vez, representam a formação ideológica” (ORLANDI, 2003, p. 42). As palavras mudam de sentidos conforme as posições dos seus enunciastes. Desse modo os sentidos sempre são determinados ideologicamente por um sujeito e do seu local de fala.

A literatura da teoria social busca responder à herança ambígua do conceito ideologia criando o que hoje pode se chamar de *concepção neutra da ideologia*. De acordo com essa concepção, a ideologia pode se vista como um sistema de pensamentos, crenças ou simbólicas, que buscam referenciar as ações sociais. Thompson em seu estudo sobre a ideologia e cultura na modernidade busca reformular o conceito de ideologia, pois acredita que “ideologia é um pensamento do outro, o pensamento de alguém diferente de nós” (THOMPSON, 2011, p. 14). São pelas formas simbólicas que nos expressamos, estamos imersos em conjuntos de relações sociais e

estamos constantemente envolvidos em comentá-las, em verbalizá-las, transformando através de ações, símbolos e palavras. Ideologia no sentido proposto por Thompson reformula-se na característica criativa e constitutiva da vida social, as quais incluem a troca contínua de formas simbólicas.

O conceito de ideologia é usado para descrever os sistemas de crenças que preencheu o vácuo cultural criado com o declínio da religião e da magia e que trouxe as pessoas novas formas de consciência, novos referenciais de sentido, num mundo que sofre mudança social rápida e sem precedentes (THOMPSON, 2011, p. 21).

O autor acredita que ideologia, falando de uma maneira mais ampla, é um “sentido a serviço do poder” podendo ser usado pelas relações de dominação para sustentar relações de poder. Tomando como o conceito de ideologia separadamente da procura por valores coletivamente compartilhados, redirecionando o conceito para as maneiras complexas de como os sentidos é mobilizados para a manutenção de relações de dominação e as formas de poder que estão institucionalizadas no estado moderno.

No mundo moderno a mídia e os meios de comunicação de massa são como um mecanismo de controle social, um mecanismo através do qual as ideias dos grupos dominantes podem ser propagadas e difundidas, assim a consciência dos grupos dominados podem ser manipuladas e controladas. A ideologia é tomada, essencialmente, como um tipo de cimento social que circula no mundo social através dos produtos das indústrias da mídia e que integra e incorpora os indivíduos a ordem social, reproduzindo, dessa forma, *status quo*. “A ideologia foi entendida como uma espécie de cimento social, e os meios de comunicação de massa foram visto como mecanismo especialmente eficaz para espalhar o cimento” (THOMPSON, 2011, p 11).

Como existem várias classes, várias ideologias estão permanentemente em confronto na sociedade. A ideologia é a visão de mundo de determinada classe, a maneira como ela representa a ordem social. Já a linguagem, é determinada em última instância pela ideologia. Uma sociedade possui várias formações ideológicas, e a cada uma delas corresponde uma "formação discursiva".

O discurso é um dos aspectos da materialidade ideológica, por isso, ele só tem sentido para um sujeito quando este o reconhece como pertencente à determinada formação discursiva. Os valores ideológicos de uma formação social estão representados no discurso por uma série de formações imaginárias, que designam o lugar que o destinador e o destinatário se atribuem mutuamente (PÊCHEUX, 1990, p. 18).

Todo discurso é uma construção social, que reflete uma visão de mundo vinculada à de seus autores e à sociedade em que vivem e que só pode ser analisado considerando seu contexto histórico-social e suas condições de produção. Porém muitas vezes esses discursos não são claros e transparentes, impregnados por ideologias e materialismo, levando o sujeito a uma descontextualização de sentidos. O discurso é um objeto, ao mesmo tempo, linguístico e histórico, entendê-lo requer a análise desses dois elementos simultaneamente, tendo como foco a contemporaneidade midiática para difusão dos discursos.

ANÁLISE DE DISCURSO: interrogar a interpretação

Não existe apenas uma linha de Análise de Discurso (AD), são inúmeros estilos com enfoques variados, a partir de diversas tradições teóricas, porém todas reivindicando o mesmo nome. Optemos por escolher a linhagem francesa estabelecendo a relação existente no discurso entre língua/sujeito/história.

AD é considerada um dispositivo de investigação ou uma instauração de novos gestos de leitura. Apresenta-se como uma forma de conhecimento que se faz no entremeio, levando em conta o confronto e a contradição, é uma disciplina que uni conhecimentos da Linguística, do Marxismo e da Psicanálise se configurando como um campo de “confluência”, “aí ele faz trabalharem os procedimentos da Análise de Discurso na (des)construção e compreensão incessante de seu objeto: o discurso” (ORLANDI, 2001, p. 7). A ideologia é entendida como o posicionamento do sujeito quando se filia a um discurso, sendo o processo de constituição do imaginário que está no inconsciente. A história representa o contexto sócio histórico, segundo o lugar, a época, o ponto de vista escolhido. Já a linguagem é o materialismo do discurso e dos sentidos.

A AD trabalha com o sentido e não com o conteúdo do texto, um sentido que não é traduzido, mas produzido. As diferentes maneiras pelas quais os sentidos se constituem e refletem entre as relações fundamentais entre o homem, a natureza e a sociedade com a sua história. É uma disciplina que trabalha com a opacidade do texto e é nessa opacidade que se manifesta a presença do político, do simbólico e do ideológico. “O que faz efetivamente a Análise de Discurso: ela interroga a interpretação” (ORLANDI, 2003, p. 22). Na interpretação o analista é um intérprete, que faz uma leitura também discursiva influenciada pela sua posição, suas crenças, suas

experiências e vivências; portanto, a interpretação nunca será absoluta e única, pois também produzirá seu sentido.

TRÊS DISCURSOS E SOMENTE UMA PLANTA

Nos últimos anos, percebemos a recorrente temática sobre a maconha na mídia brasileira. O que nos leva a questionar sobre as razões que levam a discussões a tal posição de destaque. Optamos em escolher as revistas, que apesar de terem perdido espaço para as mídias digitais ao longo das últimas décadas, ainda possui um grande alcance de pessoa. O que é impresso, historicamente, possui mais credibilidade do que aquilo que não é impreso. O assunto abordado nem sempre são factuais, o que possibilitam o desenvolvimento maior na formação discursiva. Cada uma das revistas abordou o signo maconha de maneira diferente, demonstrando posicionamentos discursivos distintos, direcionando de forma subliminar, seus interesses políticos e econômicos.

Diante de um cardápio de revista oferecido aos leitores. Uns dos principais critérios para a escolha destes três *corpus* foi a variação discursiva entre eles. Cada uma das revistas abordava o tema da maconha de maneira diferente, demonstrando posicionamentos distintos e seus vieses ideológicos. As três revistas possuem circulação nacional, com números de tiragens próximas. Suas publicações ocorreram entre 2012 e 2015, não sendo desigual com o contexto histórico social. Consideramos que a análise de três discursos, contribuem para um debate mais amplo e neutro.

Nas próximas três seções, analisaremos o discurso de cada uma das revistas por meio da leitura interpretativa de enunciados verbais e não verbais. Partiremos dos princípios da Análise de Discurso, que trabalha com o sentido, acreditando que o discurso é heterogêneo, marcado pela história e ideologia. AD entende que não irá descobrir nada novo, apenas fará uma nova interpretação ou uma releitura, vale ressaltar que a AD mostra como o discurso funciona, sem possuir pretensão de dizer o que é certo ou errado. Verificar a veracidade da informação não é o objetivo, pois não está em julgamento.

VEJA: “cortando o barato”

A revista *Veja*, publicada pela Editora Abril, foi fundada na década de 1960 e faz parte do Grupo Abril, um dos maiores grupos de comunicação e distribuição da

América Latina. Considerada por muitos uma espécie de escudo neoliberal no Brasil, utiliza uma linguagem mais dura ao abordar a economia e a política. O grupo afirma que possui princípios de competitividade, trabalho em equipe, foco no cliente e rentabilidade. *Veja* possui uma linha editorial bem definida, seguindo quatro princípios básicos: a democracia, o capitalismo, a lei e, o seu cumprimento, e a liberdade de imprensa. Assim, a revista produz um jornalismo interpretativo fortemente opinativo porque o conteúdo reflete sua estrutura monopolista.

Com a edição publicada em 31 de outubro de 2012, a reportagem foi escrita pela colunista Adriana Dias Lopes, que em antigos trabalhos já abordou assuntos envolvendo a planta e outras drogas. O contexto escolhido por *Veja* não é muito nítido, mas deixa claro seu discurso quando posiciona suas argumentações para os efeitos psicoativos que a planta oferece aos usuários. As metáforas de sentidos buscam relacionar os efeitos da planta com outras drogas. Em boa parte do seu texto utiliza gírias dos próprios usuários, criando um duplo sentido na interpretação.

Em sua capa, a revista intitula sua manchete de forma assertiva: “MACONHA” com a sua simplista capa branca, dando ênfase para o título em cor vermelha em caixa alta, o que remete a alusão aos perigos da erva. O texto parcial ainda descreve: “*As novas descobertas da medicina cortam o barato de quem acha que ela não faz mal*”. O título é um aviso àqueles que consideram a maconha inofensiva. O uso da expressão popular “cortam o barato” chama a atenção e aproxima o público, que se identifica com o trocadilho utilizado. O substantivo “barato” pode remeter ao usuário que usa essa expressão para se referir aos efeitos psicoativos causados pelo uso da planta. No que diz respeito à imagem da maconha, somente uma única pequena folha foi colocada próxima ao rodapé. Na capa a revista já deixa claro seu posicionamento parcial em prol da não legalização da droga, usando como defesa as descobertas feitas pela medicina. O termo “medicina” cria a imaginação de veracidade e é usado por *Veja* para dar um sentido apelativo e desqualificativo a quem faz o consumo da planta. Porém, na própria esfera médica é possível identificar controvérsias quanto aos efeitos da maconha na saúde dos usuários.

Na parte interna a reportagem começa com a seguinte afirmação, “*MACONHA faz mal, sim*”. A exaltação da afirmação dada pelo advérbio “sim” rejeita quaisquer discursos que minimizem os males relacionados à planta. Na mesma página, a revista justifica-se pela linha fina, “*o atual liberalismo em torno do consumo da droga está em*

descompasso com as pesquisas médicas mais recentes. As sequelas cerebrais são duradouras, sobretudo quando o uso se dá na adolescência”. A imagem de fundo ilustra de forma chamativa o cérebro humano, completando a afirmação “*as sequelas cerebrais são duradouras, sobretudo quando o uso se dá na adolescência*”. Neste enunciado, a revista ressalta o apelo à saúde dos usuários adolescentes. A imagem deste usuário se dar quando ela descrever dentro da reportagem, um grupo de jovem que “*nas baladas, nas áreas de lazer dos condomínios fechados, nos carros, nas imediações das escolas*” (LOPES, 2012, p. 92), busca um “barato” como forma de prazer.

Logo na apresentação do texto, a revista compara o Brasil a países como os EUA e com o Uruguai, cita o contexto das discussões sobre as políticas da época, que têm adotado posições mais liberais em relação ao uso da droga. *Veja* refere-se ao momento usando o termo “liberalismo”, que assume um sentido doutrinário ao termo. Esse “liberalismo” traz, de forma implícita, uma carga negativa, pois a postura estaria em “descompasso” (termo usado pela revista), aos saber da medicina e suas recentes descobertas.

Desde o início da matéria é evidente que a preocupação inicial do texto é de contra-argumentar quem é a favor da liberação do uso da maconha. Muitos defensores alegam que a legalização iria retirar das mãos dos traficantes a comercialização da planta. O que diminuiria os problemas relacionados ao tráfico. Usando uma interrogação, a revista reabate a ideia dizendo “*Quem disse que traficante vende só maconha*” (LOPES, 2012, p. 93), ela joga a responsabilidade para o leitor, induzindo-o a autorreflexão. Mesmo assim responde de forma tendenciosa dizendo: “*se a maconha fosse liberada, o tráfico de cocaína, heroína e crack continuariam e todos os problemas sociais*”. Ela descarta qualquer hipótese de melhora com a legalização.

Em seguida, *Veja* ainda compara com outros entorpecentes, onde sempre destaca os maléficos do uso, as argumentações são cheias de expressões estereotipadas e carregada de negativismo. Nesse momento, descreve a maconha como “*porta de entrada para outras drogas*” e “*erva malditos*”, termos pejorativos usados por repressores à planta. Com o apelo emocional, usa personagem e descreve em dois caso o históricos dos “antigos usuários”, que aparentemente são de classe media, buscando aproximar a imagens dos seus leitores. Existem pontos em comuns na fala dos seus entrevistados, o uso começou na adolescência, argumentação destacada no inicio da repostagem. A revista, desse modo, dramatiza os efeitos desses entorpecentes, culpando

a maconha como porta de entrada para o uso dessas drogas. Assim, a matéria aponta para a dependência extrema e o desejo de outras drogas mais fortes.

Veja opta por cores escuras em suas ilustrações, criando sombreamentos nas bordas, que gera uma conotação dramática. O preto usado na maioria dos seus gráficos remete um ar de medo e mistério, causando uma alteração de humor e criando um ambiente negativo e pesado para o leitor.

Não há contradição, a defesa de outros pontos de vista, a revista deixa clara a preocupação com o usuário. Percebemos que os usuários descritos pela *Veja* possuem danos somente causados pelo uso. Esse viés escolhido supera a questão das drogas como um problema social, derivado do comércio ilegal de drogas, o que resulta em muitas mortes. O adolescente ao qual a reportagem se refere não é aquele que lida cotidianamente com a repressão policial nas comunidades onde o tráfico se instala, ou aqueles que são por eles aliciados e marginalizados. Convence o leitor que a maconha, em conjunto com as outras drogas ilícitas, é realmente o inimigo da sociedade por não trazer qualquer benefício.

SUPERINTERESSANTE: “remédio proibido”

Passamos para nosso segundo elemento da análise. Com sua forma didática, a *Superinteressante* é uma revista de curiosidades culturais e científicas, publicada mensalmente pela Editora Abril, desde setembro de 1987. Busca divulgar curiosidades e acontecimentos fantásticos de qualquer ramo do conhecimento, com a intenção de ganhar o reconhecimento da sociedade científica, dando mais ênfase a temas que envolviam as ciências naturais.

Com uma analogia ilustrativa da folha da maconha claramente exposta, a *Superinteressante*, ou conhecida carinhosamente pelos seus leitores como *Super*, publica sua edição de número 338 em outubro de 2014, dois anos depois da publicação da revista *Veja*. A reportagem foi assinada pela jornalista Camila Almeida, que costuma debater assuntos sobre a política e desigualdade social. Foi em 2014 que foi concedido a primeira licença para importação do Canabidiol. O que supostamente influenciou a elaboração da edição. A edição também é uma forma de propagar o lançamento de um documentário, que foi lançado dois dias depois da publicação. Mesmo sendo uma reportagem com intenções publicitária, a *Superinteressante* se posiciona a favor da

liberação do uso medicinal da maconha. Com poucas metáforas discursivas, os efeitos de sentidos são percebidos nas ilustrações e quadros explicativos.

Superinteressante insere-se no diálogo sobre a planta reportando o caso de Anny Fischer, que desde 2013 importava, clandestinamente, a substância dos Estados Unidos. Esse contexto é essencial para compreender o discurso proposto pela revista, desde a capa, que analisaremos a seguir, e alguns aspectos da reportagem podemos perceber a construção de sentido proposto.

Na capa, em bordas vermelhas, aparece de forma nítida o título da publicação: “*Maconha Medicinal*”. O maior destaque da capa é a ilustração de uma folha de maconha, elaborada através de pílulas de medicamentos, centralizada em tamanho grande, se sobrepondo até o título em branco. A revista já causa de forma visual a defesa do já-dito no título, deixando claro o seu viés de abordagem, que é diferente ao posicionamento da *Veja*. Ainda no enunciado da capa, o assunto é colocado como uma “guerra”. Em outras palavras, entram em jogo questões socioeconômicas relacionadas ao tráfico e à violência, à saúde e aos cofres públicos, criando um ar de confronto elevando a importância da discussão posposta pela revista. O enunciado se forma da seguinte forma: “*Com uma guerra judicial envolvendo crianças, mães e governo, a discussão sobre as propriedades médicas da maconha pega fogo no País*”. Usa neste momento o apelo emocional, colocando como sujeitos integrantes interessados no confronto crianças e mães contra o governo. No final da frase o trocadilho “pega fogo” ainda remete a analogia da guerra, definindo o território da discussão, que nesse caso é o Brasil. Palavras como “medicinal” e “médicas” causa a sensação de cura e tratamento, criando um olhar diferenciado sobre a maconha, que em muitos caso é tratada com muito tabu. Incita as possíveis novas ressignificações do signo “maconha”. Ficando, portanto, reservadas ao próprio leitor presumir. *Superinteressante*, sendo um veículo que busca divulgar temas científicos que causam mudanças na sociedade, sugere uma nova abordagem que ultrapasse a oposição. A conotação negativa atribuída à droga em *Veja* é desconstruída sutilmente na capa da *Superinteressante*. Seu discurso encontra em maior parte nos elementos visuais. É no conteúdo da reportagem que essa mudança de valores no signo se explicita.

Simplista nos argumentos lexicais, sua reportagem começa de forma assertiva. “*MACONHA: Remédio Proibido*”, a afirmação é embalada em uma caixa de remédio, onde abaixo há uma tarja preta. Os medicamentos considerados como essa tarja são os

mais controlados pelo Ministério da Saúde, já que apresentam uma série de efeitos colaterais e contraindicações. *Superinteressante* deixa isso evidente, pois as contradições sobre a maconha ainda causam “guerra” aos debatedores. No “*MODO DE USAR*”, referindo à bula de uso do suposto remédio, a revista afirma: “*A erva pode fazer mal: isso todo mundo já sabe. Mas, para inúmeras doenças graves, sem medicamentos eficazes no mercado farmacêutico, ela é a salvação*” (ALMEIDA, 2014, p. 35). Não descartando os malefícios causados pela planta e suas contradições, a estratégia é logo percebida no uso da conjunção “mas”, introduzindo uma ressalva, uma contradição, ela desafia a afirmação anterior “*A erva faz mal*” que atribui à droga valor negativo. A conjunção adversativa “mas” leva o interlocutor a atribuir sentidos necessariamente positivos a erva. Já reforçado como remédio por suas ilustrações.

A intencionalidade da revista é revelada em seguida, como foi parceira na elaboração de um documentário, *Superinteressante* usa a edição como um meio de marketing para o lançamento do filme. Isso não desqualifica as informações, mas expõe o objetivo maior da reportagem, o que deixa em dúvida o real interesse da revista.

O início da matéria se constrói com os relatos de vida da garotinha Anny, também protagonista do documentário. O leitor se sensibiliza com a história e se revolta com os processos burocráticos brasileiros. Os valores medicinais são reforçados, a revista destaca inúmeras doenças e síndromes que podem ser tratadas com o uso do componente encontrado na maconha. A revista deixa claro que o uso da planta não cura as doenças, mas reforça o apelo por falta de estudo sobre a maconha.

Outra forma de afastar os olhares negativos é na utilização dos termos Cannabis Sativas (CS) e Canabidiol (CBD), termos esses usados pela ciência e pela medicina, que traz uma área positiva, afastando os paradigmas criados ao signo no passado. A forma didática influencia na leitura da reportagem, o uso de infográficos facilita o entendimento proposto pela revista.

Conforme explorado o conteúdo da reportagem, mais claro fica o projeto discursivo da revista, que consiste em sugerir novos signos, que abordam alternativas para se lidar com a maconha, uma vez que medidas proibicionistas causam perigos à saúde de indivíduos que necessitam da planta para tratamentos, as proibições no ponto de vista da revista seriam mais danosas à sociedade do que a legalização.

As cores mais usadas são tons variados de verdes, além de associar à cor da planta a revista cria uma harmonia e equilíbrio. Em todas as suas 12 páginas há

ilustrações de pílulas de medicamentos, reforçando ao leitor, de forma inconsciente, a proposta de sua abordagem. Nesse corpus não há utilização de fotografia, a única forma de se aproximar dos personagens é pelas falas no corpo dos textos.

Sem esquecer o papel de “educadora”, a revista detalha os componentes da planta e explica a ação da Cannabis sobre o organismo, o que demonstra a preocupação do entendimento que o leitor possa obter. Além de reiterar o discurso dominante e consolidado socialmente na voz da medicina. Essa forma só reforça o caráter mais neutro da *Superinteressante*, que a demonstrar pontos positivos e negativos, criando um debate, o que ela mesma propõe em sua missão como veículo de comunicação.

ÉPOCA: “reprimir não funciona”

A revista *Época* é o nosso terceiro corpus desta análise. Com poucas informações históricas divulgadas em seu site, a revista possui uma linguagem voltada para a economia e discussões políticas. É uma revista semanal publicada no Brasil, pela Editora Globo. Foi lançada em 25 de maio de 1998. Sem posicionamento político declarado, a revista acredita uma visão crítica dos problemas do Brasil e do mundo, antecipar os temas que ganharão relevância e também propor uma agenda de soluções para eles. Para a revista, a transparência como o principal valor que deve reger a gestão pública e a relação entre políticos e sociedade.

Entre as revistas analisadas, *Época* estende as reflexões sobre a maconha às drogas em geral. A edição nº 897 foi publicada em agosto de 2015, um ano após a publicação da edição da *Superinteressante* e três anos depois da edição da *Veja*. Escrita por Marcelo Moura, o jornalista é nativo do Uruguai e correspondendo internacional da revista. Em antigos trabalhos já pôs em debate assuntos envolvendo outras drogas. O viés escolhido pela revista para discursar em sua edição é sobre o uso recreativo. Aborta o assunto com olhares econômicos. É simplista e objetiva, seu discurso reflete sobre a repressão. A reportagem se baseia na experiência do Uruguai.

Ao enfatizar o fracasso do modelo repressivo a reportagem demonstra questões econômicas relevantes. Na última capa analisada, *Época* constrói valores certos para a maconha por meio de elementos visuais que retomam o discurso pró-descriminalização da planta. O caráter pacificador da maconha sugerido no texto visual é expandido na sequência verbal. Sua capa é simples e diz muito sobre o conteúdo a ser abordado. Seu título surge de preto próximo ao rodapé “*Reprimir não funciona*”, o uso

do verbo transitivo indireto “reprimir” reafirma o atraso no progresso do que seria reformulação das políticas que regulamenta o uso de drogas. A revista convoca seu interlocutor para refletir e chegar às conclusões que ela não deve enunciar, retirando-se a responsabilidade de afirmar que a proibição é mais danosa do que o consumo da planta.

O antagonismo proposto pela revista fica nítido em forma visual. Usando a referência de uma placa de trânsito, que emite a proibição e restrição, a folha da maconha aparece em tamanho grande no meio do que seria o círculo da placa. A tarja vermelha que cobria e proibia o seu uso, se desfaz, emitindo ao leitor o não funcionamento das leis que criminaliza. O enunciado do seu subtítulo complementa a afirmação feita de forma visual do signo expresso na ilustração: “*O Supremo Tribunal Federal começa nesta semana o julgamento que promete por fim a uma política atrasada: criminalizar o uso de drogas*”. Inicialmente, a revista evidencia a ineficiência das políticas antidrogas ao descrever como “política atrasada”.

A reportagem inicia-se referenciando ao sistema carcerário do Brasil. Descreve um caso ocorrido em 2009, que levou a julgamento um antigo detendo, que estando em resguardo social, foi acusado de portar três gramas de maconha dentro de uma marmita. Não conformado com o veredito, o juiz público que defendeu o antigo detento, levou ao Supremo Tribunal Federal a incoerência na condenação. O caso só foi julgado seis anos depois, dois dias após a publicação da revista. *Época* destaca em muitos pontos a descriminalização do usuário. No caso do detendo, busca relatar qual é a parte da sociedade que mais sofre com a falta de critérios para a distinção entre usuário e traficante.

Uruguai e os Estados Unidos são como laboratórios e espaço de testes para a reformulação destas políticas. Esses países recebem notórias visibilidades no Brasil. Foram os escolhidos pela revista para o debate. Neles as regulamentações da planta para fins comerciais ainda possui contradições e burocracias para a execução e cumprimento da lei. Mesmo com essa dificuldade, o olhar escolhido pela revista se discorre no lucro gerado com as vendas de produtos elaborados através da planta. Com isso a revista não trata apenas de informar o leitor com a comparação ao Uruguai e EUA sobre os novos caminhos para enfrentar questões relacionadas às drogas.

Época articular-se politicamente, de acordo com os objetivos da publicação, por meio de um discurso que, em sua dimensão mais ampla, se direciona a reformulação da

política brasileira. Criar no sujeito/leitor um reflexivo apelo baseado no capital. A revista enuncia buscando refletir criticamente sobre assuntos econômicos, talvez seja esse o motivo pela qual não optou em abordar o viés da maconha voltado para áreas medicinal. Em suas 12 páginas reportagem, não houve referência ao seu uso médico. É interessante notar, que a revista não tenta desconstruir o pressuposto de que maconha faz mal, busca discutir seu uso no comércio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalmente, afirmamos que se a descriminalização ou legalização da maconha passa a ser tema de capa de grandes revistas, é porque seu lugar nas estruturas políticas e econômicas tem mudado. Tantas abordagens criam uma luta de valores antagônicos sobre o assunto, favorecendo a uma atmosfera de discussões. O que leva a sociedade à necessidade de aprofundamento dessas reflexões, pondo em vista o questionamento das políticas antidrogas em vigor.

O discurso atrelado que *Veja* defende, nada contribuíram para uma mudança de significado e atualização do signo maconha, não existe debate sobre seu uso em outros aspectos, enquanto outras significações possíveis na esfera médica, ou as de cunho político e socioeconômico, foram tratadas de maneira superficial, ocultou maiores informações sobre as políticas criminais. A reportagem apenas reitera um posicionamento conservador sobre a maconha e outras drogas, preocupada em convencer seu público, mais do que informá-lo sobre fatos, dando ênfases sobre os supostos malefícios que elas causam a sociedade, normalmente tratando o assunto com o teor estereotipado, traz repetições do senso comum construído em torno da criminalização.

Superinteressante, por sua vez, aparece para desconstruir todos os discursos anteriores, busca informar e reformar sobre um novo valor possível para o signo “maconha” colocando em destaque o uso da planta na medicina. O ponto positivo é que a revista não descreve somente um lado, ela aborda olhares daqueles que são contra o seu uso. O que eleva a neutralidade do veículo. Porém não entrando no esquecimento, a revista usa seu espaço para alavancar o lançamento do seu documentário.

Já *Época*, utiliza em seu discurso, 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. O discurso se opõe, ao afirmar que a popularidade da droga, mesmo diante dos riscos e das políticas repressivas, confirmariam que proibi-la é pior. Diferente da *Superinteressante*, porém com o mesmo propósito, a *Época* busca atribuir um novo signo para maconha, elevando de forma singular o seu potencial socioeconômico.

Portanto, esses veículos tentam explicitar os diferentes pontos, levando o leitor a desenvolver um novo olhar acerca do tema, impedindo que apenas uma visão sobre o tema seja defendida e aceita. Conforme Foucault: “o discurso não tem apenas um sentido ou uma verdade, mas uma história” (1993, p. 146). Mesmo sabendo que é pequena a parcela da população que lê esse tipo de revista, a difusão dos valores construídos nesses espaços está, portanto, garantida pela ampla discussão em torno da planta. Em cada uma delas, vemos é uma réplica de um amplo debate, cujo eixo central é o signo *maconha*.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, C. **Maconha Medicinal**. Superinteressante. São Paulo: Abril, edição 338, 6 de outubro de 2014.
- BENETTI, M. **Análise de discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- FOUCAULT, M. **A Arqueologia do saber**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense, 1993.
- LOPES, A. D. **Maconha**. VEJA. São Paulo: Abril, edição 2293, 31 de outubro de 2012.
- MAINGUENEAU, D. **Análise de texto de comunicação**. 4. Ed. São Paulo. Cortez. 2005.
- MOURA, M. **Reprimir não funciona**. ÉPOCA. Rio de Janeiro: Globo, edição 897, 17 de agosto de 2015.
- ORLANDI, E. P. **Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos**. Campinas-SP. Pontes. 2001.
- ORLANDI, E. P.. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 5. ed. Campinas-SP: Pontes, 2003.
- PÊCHEUX, M. **A Análise de Discurso: três épocas**. In: GADET, F e HAK, T (orgs.) Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Pêcheux. Campinas, Editora da UNICAMP, 1990.
- SCHWARTZ, T. **Mídia: o segundo deus**. São Paulo, Summus, 1985.
- THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9. Ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2011.