

Invasão ou passeio? A representação da “nova classe média” brasileira no discurso noticioso do jornal *Folha de S. Paulo*

(Invasion ou promenade ? Représentation de la “nouvelle classe moyenne” brésilienne dans le discours informatif du journal *Folha de S. Paulo*)

Paula de Souza Gonçalves Morasco¹

¹Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas– Universidade de São Paulo (USP)

psouzag@yahoo.com.br

Résumé: Cet article a pour objet la comparaison entre deux articles du journal *Folha de S. Paulo*: l’un publié en 2000, l’autre en 2014. Ils portent sur un fait appelé “rolê”. Le but de la comparaison est d’observer si, quatorze ans plus tard, la représentation des acteurs sociaux de celui-ci dans le discours d’information de ce journal a changé, considérant que les participants du “rolê” appartiennent une nouvelle classe moyenne apparue récemment au Brésil. Pour atteindre nos objectifs, nous utiliserons les hypothèses de l’Analyse Critique du Discours (FAIRCLOUGH, 2001; WODAK, 2004; VAN DIJK, 2001; VAN LEEUWEN, 2008), ainsi que la linguistique de l’énonciation orientée vers le sujet énonciateur qui soutient les énoncés produits (CHARAUDEAU, 2007; KERBRAT-ORECCHIONI, 1980; PAVEAU, 2007).

Mots-Clés: Nouvelle Classe Moyenne; Nouvelles; *Folha de S. Paulo*; Rolezinhos.

Resumo: Este artigo traz uma comparação entre duas notícias do jornal *Folha de S. Paulo*, uma publicada no ano 2000 e outra publicada no ano 2014 (retomando a do ano 2000), ambas sobre um evento conhecido como “rolê”. Nosso intuito é observar se a representação dos atores sociais desse evento mudou após esses catorze anos no discurso noticioso desse jornal, considerando-se que os participantes do “rolê” são parte de uma nova classe média que se consolidou no Brasil nos últimos anos. Para a realização de nosso estudo, embasamo-nos nos pressupostos da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001; WODAK, 2004; VAN DIJK, 2001; VAN LEEUWEN, 2008) e na linguística da enunciação com foco no sujeito enunciativo que sustenta os enunciados produzidos (CHARAUDEAU, 2007; KERBRAT-ORECCHIONI, 1980; PAVEAU, 2007).

Palavras-chave: Nova classe média; Notícias; *Folha de S. Paulo*; Rolezinhos.

Introdução

Este artigo é o recorte de um trabalho que tem como objetivo analisar o discurso noticioso do jornal *Folha de S. Paulo* levando em consideração a ascensão da nova classe média brasileira e a representação de seus atores sociais. Para isso, fazemos uso do arcabouço teórico da Análise Crítica do Discurso (FAIRCLOUGH, 2001; WODAK, 2004; VAN DIJK, 2001; VAN LEEUWEN, 2008), que considera o texto como uma unidade de análise, além de alguns aportes da linguística da enunciação (CHARAUDEAU, 2007; KERBRAT-ORECCHIONI, 1980; PAVEAU, 2007).

Nossa proposta é analisar dois retratos sincrônicos do discurso noticioso do jornal supracitado no que diz respeito ao polêmico assunto dos “rolês”. Esses encontros tomaram uma proporção polêmica nos meses finais de 2013 e nos meses iniciais de 2014, por serem marcados pela internet e aglomerarem muitos jovens nos locais em que ocorreram, o que, em geral, foi representado na mídia por correria e confusão. A polêmica em torno desses encontros ocorreu por causa da confusão nos shoppings e também pelo fato de

seus participantes serem, em geral, jovens das periferias, gerando situações de desconforto e preconceito por parte de alguns.

Ao abordarmos notícias¹ sobre tais encontros, temos foco na observação da visibilidade e do lugar dos atores sociais da nova classe média brasileira² (da qual fazem parte os participantes desses eventos) no discurso noticioso de um dos maiores jornais impressos do Brasil, tendo em vista seu grande potencial de formação de opinião e o seu público leitor, formado basicamente de pessoas das classes A e B. Como escolhemos a temática social em torno da classe C, que vem se consolidando desde o início dos anos 2000³ e que hoje ocupa um maior espaço na pirâmide social brasileira, traçaremos um paralelo de como a *Folha* representou esses atores sociais em uma notícia selecionada daquele ano e como eles são representados hoje, dada a consolidação dessa classe em termos de poder de consumo e de seu peso na composição da pirâmide social brasileira. Antes, porém, faremos uma exposição sintetizada sobre a Análise Crítica do Discurso (ACD), bem como de algumas questões a respeito da enunciação que darão o suporte e os meios à nossa análise.

A Análise Crítica do Discurso e a Linguística da Enunciação como suportes teórico-metodológicos

Escolhemos a ACD para embasar nosso trabalho por nos permitir ter um olhar investigativo a respeito das manifestações de poder na linguagem, o que pode ocorrer por meio de relações estruturais claras ou subentendidas nos textos. Dessa forma, podemos avaliar como vem sendo feita a representação dos atores sociais da nova classe média em um jornal cujo público leitor é predominantemente formado pela classe alta. Diante do cenário social atual no Brasil, é importante entender como os atores sociais que ascenderam à classe média são representados hoje em comparação a alguns anos. Esse trabalho se torna possível porque a ACD permite buscar na estrutura social fatores que levam à produção textual ao mesmo tempo em que nos permite ver como o texto retrata a realidade social (FAIRCLOUGH; KRESS, 1993).

Dessa forma, os estudos em ACD dedicam-se e dão grande importância a como ocorre a manifestação do poder no discurso, principalmente em relação às minorias. Sobre essa questão do poder, Van Dijk (2001, p. 355) aponta algumas maneiras pelas quais ele pode ser constituído:

¹ Neste trabalho, compararemos duas notícias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*: uma veiculada no ano 2000 sobre o “rolê” acontecido naquele ano e outra veiculada em 2014, retomando o “rolê” de 2000 em alusão aos “rolezinhos” atuais. A saber:

1.^a notícia: Favelados e punks ‘invadem’ shopping, *Folha de S. Paulo*, 05 ago. 2000. Cotidiano, p. C8.

2.^a notícia: Em 2000, ‘rolê’ de sem-teto ocupou shopping do Rio, *Folha de S. Paulo*, 15 jan. 2014, p. C1.

² Existem diversas discussões a respeito dessa nova classe média brasileira. Alguns estudiosos, como Pochmann (2012), afirmam que esse público nada mais é do que a classe C com nova nomenclatura. Neste trabalho, não problematizaremos essa questão, mas nos apoiaremos em pesquisas que mostram essa nova classe média compondo mais da metade da pirâmide social brasileira e ocupando quase metade do poder de compra dos brasileiros atualmente (NERI, 2008).

³ Neste ponto, faz-se mister justificar nossa escolha por uma notícia do ano 2000, no sentido de contrastar as estratégias utilizadas até então na representação desta classe com o que é produzido depois de sua consolidação, por volta do ano de 2005.

The coercive power of the military and of violent men will rather be based on force, the rich will have power because of their money, whereas the more or less persuasive power of parents, professors or journalists may be based on knowledge, information, or authority. Moreover, dominated groups may more or less resist, accept, condone, comply with, or legitimate such power and even find it 'natural'.⁴

Como podemos observar na citação acima, os grupos sociais mais poderosos controlam um ou mais tipos de discurso, como é o caso dos jornalistas no discurso midiático (por meio do contexto e da estrutura do texto). A questão, coloca Van Dijk (2001, p. 355), seria então entender como ocorre esse controle do discurso público, como há o controle da mente e da ação dos grupos menos poderosos e como isso influenciaria na desigualdade social. Neste ponto, entra a tarefa do analista crítico do discurso, ao observar como tudo isto se manifesta (se de maneira implícita, explícita, topicalizada, entre outras possibilidades).

Em relação a essa manifestação do poder, buscamos observar como ocorre a inclusão dos atores sociais da nova classe média em duas notícias da *Folha de S. Paulo*. Por isso, faremos nossa investigação baseando-nos no grupo de fatores discursivos organizado por Van Leeuwen (2008), por ele ter proposto um inventário sócio-semântico dos modos pelos quais os atores sociais podem ser representados. Além da observação do conteúdo linguístico, esse autor revela uma preocupação sociológica e crítica em relação a como ocorrem as escolhas do enunciador na produção textual. Van Leeuwen propõe uma metodologia⁵ em que observa tanto como pode ser realizada a inclusão dos atores sociais como também a sua exclusão, que pode ocorrer por meio de várias escolhas léxico-gramaticais que os apaguem do texto. Para este trabalho, daremos relevância à inclusão dos atores sociais, a qual pode ocorrer por personificação (*Personalização*), que quando representa o ator de forma determinada, pode ser de representada genericamente (*Genericização*) ou de forma específica (*Especificação*), esta última forma de representação culminando em sua representação por meio do nome (*Nomeação*), da função (*Funcionalização*), da identificação com alguma causa (*Identificação*), dentre outras subcategorizações (VAN LEEUWEN, 2008).⁶

Na análise da representação desses atores sociais, consideramos a ascensão da *nova classe C* – e, portanto, uma classe, em tese, não representada pelos porta-vozes do discurso noticioso selecionado – como um fator de forte influência, o que vai ao encontro das palavras de Hartley (2009, p. 159) sobre a importância dada atualmente ao público leitor (consumidor) como origem do significado do discurso:

This is part of a larger argument about long-term shifts along the 'value chain' of meanings [...], where what was accepted socially as the source of meaning – and hence le-

⁴ O poder coercivo dos militares ou dos homens violentos será baseado na força, os ricos terão poder por causa do dinheiro, enquanto o poder mais ou menos persuasivo dos pais, professores ou jornalistas pode ser baseado no conhecimento, informação ou autoridade. Além disso, os grupos dominados podem mais ou menos resistir, aceitar, condenar, conformar-se ou legitimar tal poder e mesmo achá-lo 'natural'. (tradução nossa)

⁵ Essa metodologia de Van Leeuwen (2008) tem influência da gramática sistêmico-funcional de Halliday; Matthiessen (2004).

⁶ Para consultar a versão completa do inventário sociossemântico proposto por Van Leeuwen, ver Van Leeuwen (2008, p. 52).

gitimacy – has drifted from author (medieval), via text (modern), to consumer (now). In medieval times the source of meaning was God, the ultimate author(ity). In the modern era meaning was sourced to the empirical object or document, the observable evidence. But now, meaning is sourced to popular readerships or audiences, and is determined by the plebiscite.⁷

A partir da citação acima, podemos notar que os jornais podem mediar aquilo que consideram digno de ser noticiado para a sua audiência a partir de seu estereótipo, e é nesse espírito que estamos investigando pistas nos discursos atuais que revelem algum interesse nesse novo consumidor ou o contrário. Essas pistas partem da instância enunciativa e, por meio delas, podemos identificar posicionamentos enunciativos que nos conduzam ao público-alvo por meio de como é feita a representação dos atores sociais. É nesse sentido que se torna importante investigar como o posicionamento do enunciador pode emergir a partir das estruturas discursivas.

Segundo Charaudeau⁸ (2006), na produção do discurso jornalístico há o contrato de comunicação midiática (em que há uma instância midiática e uma instância de recepção, o público) e um contrato de enunciação jornalística (em que o enunciador coloca em cena o discurso da informação e o endereça a um destinatário imaginado e construído por ele). Há, portanto, um jogo entre as instruções discursivas e o posicionamento enunciativo do sujeito jornalista que retoma, de certa forma, as palavras de Hartley (2007) acima citadas sobre a importância desta instância alvo e o fato de ela ser uma construção imaginada a partir de sondagens de suas capacidades de compreensão, seus interesses e desejos. Charaudeau realça a necessidade por parte do jornal de trabalhar com a captação (vender mais, captar mais público) e a necessidade de credibilidade. É essa necessidade de credibilidade que afasta o enunciador do discurso o tempo todo, por isso nem sempre sua presença é tão evidente, e daí a necessidade de o analista do discurso observar além das marcas linguísticas para chegar à posição ideológica ali manifestada. Segundo Kerbrat-Orecchioni (1980), essa tentativa de *apagamento enunciativo* é praticamente impossível, pois “Le locuteur ne peut pas ne pas manifester d’une manière ou d’une autre sa présence: c’est la subjectivité qui est la règle [...], La production de discours objectivants est profondément instable, fragile”.⁹

É nessa mesma linha investigativa que consideramos importante o conceito de *pré-discurso*, na produção e interpretação do sentido no discurso. Segundo Paveau (2007, p. 318), “Os pré-discursos podem ser vistos como operadores de negociação do compartilhamento, da transmissão e da circulação do sentido nos grupos sociais”, não são

⁷ Isso é parte de um argumento maior sobre longos períodos diante de ‘cadeias de valores’ de significados [...], em que o que era aceito como origem do significado – legitimidade – derivou do autor (medieval), para texto (moderno), e então para o consumidor (atual). Nos tempos medievais, a origem dos significados era Deus, autor(idade) máxima. Na era moderna, o significado era a origem para o objeto ou documento empíricos, a evidência observável. Mas agora o significado é criado para os leitores populares ou audiências, e é determinado por meio do plebiscito. (tradução nossa)

⁸ Ao considerarmos o contrato de comunicação de Charaudeau, entendemos, dentre muitas outras coisas, que, segundo o princípio da regulação, é importante que os parceiros se reconheçam como parceiros legitimados, o que resulta numa coconstrução do discurso. Essa observação, aliada ao nosso olhar de analistas críticos do discurso, permite-nos buscar estratégias enunciativas que revelem um posicionamento ideológico do jornal com base em seu público leitor.

⁹ O locutor não pode não manifestar de uma maneira ou de outra sua presença: é a subjetividade que é a regra [...], a produção de discursos objetivos é profundamente instável, frágil. (tradução nossa)

identificáveis nos segmentos discursivos, mas são quadros preavaliáveis cujas principais características são: coletividade, imaterialidade, transmissibilidade, intersubjetividade, discursividade. Como o preconstituído, os pré-discursos não dependem da materialidade do texto e não podem, portanto, ser identificados como um conjunto de discursos proferidos, mas podem ser analisados linguisticamente.

Tendo em vista o papel do analista crítico do discurso e a manifestação do sujeito enunciador no discurso noticioso, faremos nossas observações em relação a duas notícias publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, com a tarefa de chegar ao posicionamento enunciativo nesse discurso a respeito da representação dos atores sociais da nova classe média brasileira. Antes, porém, precisamos esclarecer por que escolhemos a temática dos “rolês” para avaliar a representação da nova classe média brasileira.

A nova classe média brasileira

Nos últimos anos, houve a expansão de uma classe média emergente no Brasil que é muito distinta, em imaginário, da classe média tradicional. Alguns estudos (NERI, 2008, por exemplo) mostram que essa classe vem emergindo das classes D e E desde o início dos anos 2000 até os dias atuais, com a sua consolidação.

A classificação daquilo que seria a “nova classe média brasileira” em relação ao quanto ganham estaria na seguinte proporção:

A renda da aqui chamada nova classe média, configurada pelo grupo de Classe C vai da mediana de renda de todo período até a linha que separa os 10% mais ricos do resto da população. Em termos per capita isto corresponde à faixa de 214 reais a 923 reais por pessoa mês. Em termos de renda domiciliar total de todas as fontes a Classe C está compreendida no intervalo entre 1064 reais a 4591 reais por mês. Este é o intervalo da Classe média [...]. (NERI, 2008, p. 27)

Ainda segundo Neri (2008), a classe C é quem auferem em média a renda média da sociedade brasileira e por isso é hoje a classe média no sentido estatístico.

Contrário ao critério apresentado acima para a classe média, Pochmann (2012) não vê a existência de uma nova classe média no Brasil, pois considera esse novo estrato da população como uma nova classe trabalhadora.

Este autor se baseia em estudos que mostram que, com a expansão das vagas de salário de base, enormes parcelas de trabalhadores foram incorporadas à base da pirâmide social, o que significa que saíram da faixa da pobreza extrema, o que não altera o segmento intermediário da atual estratificação social. Segundo ele, o que há no Brasil é uma polarização entre os extremos: trabalhadores na base da pirâmide social e detentores de renda derivada da propriedade. Assim, a evolução nos empregos desde 2000 teria revelado uma reconfiguração da classe trabalhadora, pois a geração de empregos coincidiu com ocupações que recebem salário de base. Além disso, o autor mostra um aumento de pessoas não brancas nessas funções bem como a maior participação de mulheres nesses setores. Outro dado importante é que, apesar de vários empregos surgirem e várias pessoas terem se empregado, pouco se avançou em leis que protejam estes trabalhadores.

Segundo Piva (2013), em texto sobre a ascensão ideológica da nova classe média, a classe média tradicional tem que conviver hoje com a ascensão política, econômica e ideológica da nova classe média em um novo capitalismo de massas. O autor afirma que antigamente a classe média tradicional moldava imaginários, formava opiniões e ditava padrões e costumes, mas atualmente está tendo seu poder ameaçado por uma nova classe composta em sua maioria por negros e nordestinos. Ainda segundo Piva (2013), classificar essa “nova classe trabalhadora” em “nova classe média” é mais uma estratégia político-ideológica do que um fato real. Ele acredita que os interesses dessas duas classes sejam muito diferentes: enquanto uma lutaria pelo SUS (Sistema Único de Saúde), pela escola pública, por transporte público de qualidade e a preço justo, a outra iria brigar por reduções no Imposto de Renda.

Os estudos e as opiniões sobre essa nova fatia da sociedade brasileira são divergentes em alguns pontos, mas têm algo em comum: todos concordam que há uma reconfiguração na estrutura da sociedade brasileira, com a formação de um novo e grande grupo que tem no consumo sua principal característica. Podemos perceber que a questão é polêmica e é, portanto, importante investigar se isso emerge nos modos de representação dessa classe social na grande mídia.

O “rolê” e a nova classe média

Segundo uma pesquisa do Serasa Experian e do Instituto Data Popular (2014), se a nova classe C brasileira fosse um país, seria a 18.^a nação em consumo no mundo, dando mais valor a marca, preço e qualidade do que consome hoje em relação a um ano. Em notícia sobre esse estudo, que revela as “FACES da Classe Média”, o jornal *Folha de S. Paulo*, ao citar a segmentação desses consumidores feita pelo estudo (batalhadores, experientes, promissores e empreendedores), coloca os adolescentes dos “rolezinhos” acontecidos em 2013 e 2014 entre os promissores, aqueles que consideram mais a marca do que o preço e que já passaram por descontrole financeiro.

Dessa forma, percebemos que, para a *Folha de S. Paulo*, os adolescentes que marcaram os “rolezinhos” atuais para encontrar amigos e fãs do mundo virtual são atores sociais da nova classe média. Como vivem na periferia, reclamam de falta de lazer e segurança em suas regiões e optam por marcar seus encontros em shoppings, lugares seguros para um passeio.

A sua inclusão entre os *promissores* da nova classe média se dá pelo fato de os adolescentes que participaram dos “rolezinhos” andarem sempre com roupas, bonés e tênis de marcas reconhecidas e caras sem, no entanto, fazerem parte da classe média tradicional. Como vimos acima, nas reflexões de Piva (2013), apesar de serem consumidores das marcas, os adolescentes dos “rolezinhos” não são considerados como classe média pelos shoppings e a própria classe média tradicional teria dificuldades em reconhecê-los como iguais.

A reação de medo e repulsa dos shoppings retratada nas notícias talvez se explique pelo fato de os adolescentes terem usado seus “rolezinhos” apenas para “curtir” e não para consumir, além de a grande quantidade de jovens ter causado tumulto nesses encontros. Os “rolês” não são um evento novo no Brasil, tendo ocorrido algo parecido no ano 2000, em que os participantes não tinham apenas o intuito de passear e encontrar amigos,

mas de protestar contra o sistema capitalista. A similaridade entre os eventos está no fato de os participantes terem se proposto a “dar um rolê” no shopping sem o intuito de consumir e, é claro, ambos os “rolês”, tanto os atuais como o do ano 2000 foram compostos por participantes que não constituem o público prototípico ou esperado pelos shoppings (pessoas que tenham no consumo seu principal interesse).

Análise da representação dos atores sociais

Como já colocado acima, para este trabalho, escolhemos duas notícias da *Folha de S. Paulo*, uma veiculada no dia 5 de agosto do ano de 2000 sobre um passeio realizado por um grupo no shopping Rio Sul em caráter de protesto contra o sistema capitalista e outra publicada no dia 15 de janeiro de 2014, retratando essa notícia veiculada em 2000, fazendo referência ao fenômeno do “rolezinho” que começou a reunir jovens “da periferia” para os centros comerciais a partir do mês de dezembro de 2013 e se arrastou até fevereiro de 2014.

A retomada do evento ocorrido no ano 2000 se deu exatamente pela proximidade e semelhança com os eventos mais recentes e pode revelar um pouco de como até então se dava a produção discursiva na representação dos atores sociais que hoje fazem parte da nova classe média e como hoje o mesmo discurso nos é apresentado. A seguir, veiculamos o texto da notícia sobre o “rolê dos sem-teto”, publicada no ano 2000:

Texto 1

FSP, Cotidiano C8 Sábado, 5 de agosto de 2000

PROTESTO Cerca de 130 pessoas fizeram manifestação pacífica em centro de compras na zona sul do Rio, contra o ‘sistema capitalista’

Favelados e punks ‘invadem’ shopping

PEDRO DANTAS

DA SUCURSAL DO RIO

Um grupo de 130 sem-teto, favelados, estudantes e punks inaugurou uma forma inédita de protesto ontem no Rio, ao promover uma invasão pacífica do shopping Rio Sul, em Botafogo, na zona sul.

O objetivo, segundo os organizadores, era protestar “contra o sistema capitalista, mostrando o contraste entre o consumo supérfluo e a fome”.

A manifestação dividiu a opinião de compradores, comerciantes e turistas, surpreendidos pela presença dos manifestantes de aparência simples entre as vitrines e os corredores de mármore.

“Estão nos coagindo utilizando como arma o fator surpresa, fatal para nós que vivemos na tensão da cidade grande”, disse Eliomar Marques Lins, 25, que fazia compras com a mulher.

“Não fiquei com medo. O movimento é bom porque a desigualdade aqui é imensa”, disse o turista inglês Peter Cook.

Mesmo diante do olhar desconfiado dos lojistas, os sem-teto não se intimidaram: experimentaram roupões de seda e puseram os filhos para brincar com brinquedos importados.

Os manifestantes se disseram integrantes da Frente de Luta Popular, um “fórum de entidades” surgido há dois meses para “criar novas alternativas de luta”.

A idéia de invadir um shopping foi anunciada há duas semanas, mas a escolha do estabelecimento foi mantida em sigilo até alguns minutos antes da invasão, às 11 h.

Apesar do segredo, a Polícia Militar descobriu os planos, avisou a administração do shopping e mobilizou 45 homens para fazer o isolamento do local.

A reportagem da Folha apurou que a Polícia Federal vinha monitorando os acampamentos do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto), uma das entidades participantes da Frente de Luta Popular. Mas não pôde impedir o deslocamento do grupo porque os militantes não estavam em ônibus clandestinos, mas em coletivos alugados.

A entrada no shopping foi negociada entre o chefe do Comando de Policiamento da Capital, coronel Fernando Belo, e o líder do MTST, que se identificou como Eric Vermelho.

“Não estamos invadindo. Queremos dar um passeio como qualquer família. Se nós construímos os shoppings, por que não podemos entrar?”, disse Eric.

A administração do shopping reuniu seus seguranças para acompanhar o “passeio” dos manifestantes, que encenaram performances com leitura de poesias, rodas de capoeira e representações teatrais.

Alguns comerciantes fecharam as portas, como foi o caso da loja de moda masculina Richard’s e da butique Rudge. Na joalheria Marina, os vendedores também pararam o trabalho. Os manifestantes sentaram no chão em frente à loja, declamando poesias de Ferreira Gullar e Pablo Neruda.

Na loja de moda de praia Redley, o gerente, Eduardo Pinho, adotou a diplomacia, “Procurei deixá-los bem à vontade. Sabia que eles não iam comprar nada, mas não concordo com a discriminação”, disse Pinho.

Na hora do almoço, os manifestantes ocuparam a praça de alimentação. Comeram pão com mortadela e tomaram refrigerantes. Militantes sentaram à mesa do industriário Márcio Castro, 32, que interrompeu a refeição para ouvi-los. “É constrangedor, mas não é assustador. Acho que o caminho deles é esse. Não existe outra opção”, disse Castro.

Às 16 h, os manifestantes deixaram o shopping e seguiram em passeata, sob a chuva, até o palácio Guanabara, sede do governo estadual, onde dois deles foram recebidos pelo secretário de Governo, Fernando William.

Antes de deixar o shopping Rio Sul, obtiveram uma última concessão da administração do estabelecimento, que alugou três ônibus para levá-los de volta à zona oeste da cidade.

Conforme exposto na seção teórica deste artigo, a ACD nos permite olhar para o discurso noticioso com o intuito de enxergar cada detalhe como uma escolha em potencial que traz impactos na representação dos atores sociais. Nesse sentido, ressaltamos as *escolhas lexicais* do enunciador para intitular a notícia, desde as escolhas em relação à referência que se faz aos integrantes do protesto como também a escolha do verbo indicativo de sua ação em relação ao shopping.

(1) *Favelados e punks ‘invadem’ shopping*

Neste caso, **favelados** e **punks** caracterizam, segundo o discurso noticioso acima, o grupo que praticou a ação no shopping. Notemos que a opção estereotípica por **favelados**, revela uma escolha para nomear aqueles que, vindo das regiões periféricas, participavam do encontro. O mesmo ocorre com a escolha lexical **punks**, construindo a referência a um grupo específico marcado pela subversão cultural, dentre outras características que fazem deles um segmento social específico.

Em seguida, podemos notar a escolha pelo verbo **invadir**, que, apesar de vir entre aspas no título da notícia indicando uma ressalva à escolha lexical, revela o *pré-discurso* que levaria à ideia de que o shopping seria um lugar a ser frequentado por pessoas civilizadas, bem vestidas, com o intuito de consumir os produtos nele existentes (sistema capitalista atual), não sendo ideal, portanto, para visitas de pessoas simples, sem o intuito de e sem dinheiro para consumir.

No início da notícia, há a retomada dos integrantes do protesto (já apresentados no título) como podemos ver a seguir:

- (2) *Um grupo de 130 sem-teto, favelados, estudantes e punks inaugurou uma forma inédita de protesto ontem no Rio, ao promover uma invasão pacífica do shopping Rio Sul, em Botafogo, na zona sul.*

Podemos notar que, desta vez, há a introdução dos sem-teto e dos estudantes na composição do grupo, que não apareceram no título da notícia, mas que se lá fossem introduzidos, talvez trouxessem mais foco para o protesto, uma vez que os **sem-teto** representam uma causa em seu movimento e os **estudantes** revelam um caráter mais intelectualizado do protesto. Nesses dois casos, dentro dos critérios de Van Leeuwen (2008), temos a inclusão dos atores sociais por *identificação* com uma determinada postura, temos, portanto, uma heterogeneidade no grupo.

É interessante notar como vai sendo construída a referência ao evento com a introdução do objeto discursivo¹⁰ **manifestação pacífica** no *lead*, o que é reconstruído por **invasão pacífica** no corpo do texto da notícia. Abandonam-se as aspas presentes no título, que indicavam uma espécie de recado ao leitor da notícia “trata-se de uma invasão, mas não nos comprometemos com esse rótulo” e se incrementa a escolha lexical com o adjetivo **pacífica**. Ora, de acordo com Ferreira (2009), dicionário *Aurélio da Língua Portuguesa*, uma das acepções de **invasão** é “ato ou efeito de invadir” e, por sua vez, de quatro acepções descritas no dicionário, duas têm a ver com “entrar à força ou hostilmente em”, ou ainda “apoderar-se violentamente de algo”. A opção por caracterizar o protesto como **invasão pacífica** revela um certo contraste na combinação dessas escolhas, o que poderia ser resolvido se o enunciador escolhesse, por exemplo, os vocábulos **passeio**, **ocupação**, uma vez que era essa a proposta dos participantes. Se pensarmos nas outras acepções que compõem o verbete do verbo **invadir**, “difundir-se, alastrar-se e tomar, dominar” (FERREIRA, 2009, p. 1126), talvez a opção por este verbo e pelo substantivo **invasão** ainda fossem fortes demais para um público participante do protesto de 130 pessoas. Portanto, as escolhas lexicais (adjetivo, verbos, substantivos) revelam uma avaliação do evento por parte do sujeito enunciador, categorizando-o como um evento “transgressor”. Ao longo dessa notícia, podemos acompanhar uma série de oposições que vão construindo referencialmente o contraste entre os manifestantes e o local que escolheram para protestarem:

No segundo parágrafo, podemos notar a oposição **supérfluo x fome** trazida à tona pelo próprio grupo:

- (3) *O objetivo, segundo os organizadores, era protestar “contra o sistema capitalista, mostrando o contraste entre o consumo supérfluo e a fome”.*

Em seguida, notamos, no terceiro parágrafo, outra oposição **manifestantes de aparência simples x vitrines e corredores de mármore** colocada em questão pelo próprio enunciador:

¹⁰ Como nosso estudo trabalha com o processo de construção referencial no discurso, fazemos uso de alguns conceitos de Koch (2014).

- (4) *A manifestação dividiu a opinião de compradores, comerciantes e turistas, surpreendidos pela presença dos manifestantes de aparência simples entre as vitrines e os corredores de mármore.*

Como podemos perceber nessa oposição, os manifestantes são identificados pela aparência simples em contraste com as vitrines de marcas caras e os corredores de mármore, indicando o luxo do shopping comparado à simplicidade dos manifestantes. Essa oposição revela a construção referencial em torno desses atores sociais, alegando uma distância entre aqueles que seriam os legítimos frequentadores do shopping em contraste com aqueles que não pertencem àquele espaço, dada a sua simplicidade perante o luxo e ao custo daquele ambiente. Nesse trecho, os favelados e punks do título da notícia são recategorizados referencialmente como **manifestantes de aparência simples**.

Nos parágrafos quarto e quinto, há a introdução das falas de duas pessoas que passeavam no shopping naquele dia:

- (5) *“Estão nos coagindo utilizando como arma o fator surpresa, fatal para nós que vivemos na tensão da cidade grande”, disse Eliomar Marques Lins, 25, que fazia compras com a mulher.*
- (6) *“Não fiquei com medo. O movimento é bom porque a desigualdade aqui é imensa”, disse o turista inglês Peter Cook.*

A introdução das falas dessas duas pessoas, revela um *apagamento enunciativo* em que o enunciador dá a impressão de sair de cena enunciativa. Nesse sentido, o enunciador introduz duas falas com pontos de vista diferentes para que o seu coenunciador, no caso, o seu leitor, tire suas próprias conclusões a respeito do acontecido.

É interessante observar a escolha de falas que revelam opções linguísticas, tais como em (5) **coagindo, arma, fator surpresa, fatal**, que acabam envolvendo, mesmo que indiretamente, o campo semântico das opções do enunciador por **invasão, confusão**. Ao mesmo tempo, o enunciador introduz a fala (6) que nega o **medo** – mas, ressaltamos, retoma-o – e qualifica “o movimento” justificando tal evento como consequência do sistema capitalista que produz uma **desigualdade imensa** no país. Ao utilizar duas falas com pontos de vista opostos, o enunciador busca se afastar de um possível julgamento a respeito de um posicionamento a favor ou contra o evento. Essa tentativa de afastamento é prototípica do discurso da notícia, no qual se busca a neutralidade a qualquer custo.

Tendo em vista a teoria da representação dos atores sociais de Van Leeuwen, podemos notar que a inserção das falas dos consumidores ocorre em detrimento da fala dos integrantes do movimento (os *protagonistas* do acontecido), o que prejudica a sua visibilidade.

No sexto parágrafo, há uma nova oposição **sem-teto x roupões de seda e brinquedos importados**, que parece trazer uma cena de estranhamento e talvez até de algo risível:

- (7) *Mesmo diante do olhar desconfiado dos lojistas, os sem-teto não se intimidaram: experimentaram roupões de seda e puseram os filhos para brincar com brinquedos importados.*

Podemos notar que o enunciador introduz uma apreciação ao olhar dos lojistas, caracterizado por ser **desconfiado** em relação à ação dos sem-teto – novamente incluídos por *identificação* – e de seus filhos, o que assevera a oposição entre um público e outro.

No oitavo parágrafo, reitera-se o caráter de invasão dado pelo enunciador ao evento:

- (8) *A idéia de invadir um shopping foi anunciada há duas semanas, mas a escolha do estabelecimento foi mantida em sigilo até alguns minutos antes da invasão, às 11 h.*

No parágrafo seguinte, introduz-se a presença do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto) no protesto, já ressaltado na introdução da notícia. O caráter político do protesto já havia sido ressaltado na linha fina da notícia, quando se revela ser a manifestação contra o sistema capitalista, representado, nesse caso, pelo estabelecimento de lojas.

Finalmente, no décimo segundo parágrafo, dá-se voz ao movimento na representação da fala do líder¹¹ do MTST – único manifestante introduzido por *nomeação*, segundo os critérios da teoria da representação dos atores sociais –, que constrói a ida ao shopping em termos de “passeio” e não de invasão:

- (9) *“Não estamos invadindo. Queremos dar um passeio como qualquer família. Se nós construímos os shoppings, por que não podemos entrar?”*, disse Eric.

O enunciador retoma a ideia do passeio no parágrafo seguinte, mas entre aspas, revelando não pactuar desta ideia com relação ao protesto, mas se eximindo de julgá-lo (*apagamento enunciativo*).

- (10) *A administração do shopping reuniu seus seguranças para acompanhar o “passeio” dos manifestantes, que encenaram performances com leitura de poesias, rodas de capoeira e representações teatrais.*

Nos parágrafos seguintes, duas falas revelam, por parte de um lojista e de um frequentador do shopping, uma espécie de consentimento em relação ao protesto, mas também de discernimento em relação à condição do grupo:

- (11) *Na loja de moda de praia Redley, o gerente, Eduardo Pinho, adotou a diplomacia, “Procurei deixá-los bem à vontade. Sabia que eles não iam comprar nada, mas não concordo com a discriminação”, disse Pinho.*
- (12) *Na hora do almoço, os manifestantes ocuparam a praça de alimentação. Comeram pão com mortadela e tomaram refrigerantes. Militantes sentaram à mesa do industrial Márcio Castro, 32, que interrompeu a refeição para ouvi-los. “É constrangedor, mas não é assustador. Acho que o caminho deles é esse. Não existe outra opção”, disse Castro.*

No trecho (11), podemos notar a inserção, no texto, de referência ao nome da loja **Redley** que é uma sequência do parágrafo anterior da notícia que introduz outras lojas de marcas: **loja de moda masculina Richard’s**, **butique Rudge** e **joalheria Marina**. Essa referência às marcas em contraposição à postura dos manifestantes estabelece o contraste com o sistema capitalista, direcionando, assim, a construção mental e referencial a ser feita pelo leitor a respeito do evento.

¹¹ Neste ponto, também ressaltamos a inclusão da fala do líder do MTST como um fator importante de representação desse ator social e da classe que ele representa.

Ao observarmos a visibilidade e a representação dos atores sociais desse passeio com base nos parâmetros de Van Leeuwen (2008), constatamos que, das escolhas lexicais para representá-los, a maioria delas ou se baseia nos estereótipos dos participantes – **punks, favelados, estudantes e sem-teto** (*identificação*) – ou em escolhas que os generalizam – manifestantes, organizadores, militantes, pessoas (*genericização*). Há apenas um caso de *nomeação*, que é do líder do MTST, cujo nome é colocado no texto **Eric Vermelho**, ressaltado pelo enunciador – em sua estratégia de afastamento – que é como o líder do MTST “se identificou”.

Ao observarmos sua visibilidade por meio de falas diretas, temos apenas uma fala desse líder do MTST em detrimento de 4 citações de frequentadores ou lojistas dos shoppings, todos devidamente identificados pelos nomes (*nomeação*) e funções (*funcionalização*).

Eliomar Marques Lins, 25, consumidor.

Peter Cook, turista

Eduardo Pinho, gerente de loja

Márcio Castro, 32, industrial e consumidor no shopping.

A seguir, reproduzimos a notícia acima reescrita e veiculada no ano de 2014 pela *Folha de S. Paulo* no contexto dos “rolezinhos”:

Texto 2

FSP, Ribeirão, C1, Quarta-feira, 15 de janeiro de 2014

Em 2000, ‘rolê’ de sem-teto ocupou shopping do Rio

LUCAS VETTORAZZO

DO RIO

Uma espécie de ‘rolezinho’ ocorreu em 4 de agosto de 2000 no Rio. Em vez de jovens da periferia, 130 sem-teto, estudantes e punks foram ao shopping Rio Sul, em Botafogo, zona sul, “para passear”.

Entraram em lojas, experimentaram roupas de grife e terminaram o passeio na praça de alimentação, onde comeram sanduíches de mortadela e o que mais havia em suas marmitas, trazidas de casa. Duas lojas chegaram a baixar as portas.

Ao fim do passeio, a associação de shoppings informou que pediria à justiça que os sem-teto fossem impedidos de entrar no local em um próximo evento do tipo, que não chegou a acontecer.

A Folha noticiou o fato em tempo real no site, com três notas curtas, e em meia página do jornal no dia seguinte. O título era: “Favelados e punks ‘invadem’ shopping”.

Não houve saques ou furtos. A polícia negociou a saída dos sem-teto sem registros de uso de violência ou revistas.

O ato havia sido organizado por estudantes de direito da UFRJ, que queriam ver a reação dos clientes do shopping, além de protestar “contra o sistema capitalista, mostrando o contraste entre o consumo supérfluo e a fome”.

O protesto teve a adesão maciça de uma comunidade do MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto) em Campo Grande, zona oeste do Rio, que chegaram ao shopping em dois ônibus fretados.

Ao analisarmos este texto, veiculado no ano de 2014, que faz uma relação do “rolezinho” com o passeio dos sem-tetos em 2000, podemos observar algumas mudanças em relação à representação dos atores sociais. Como se trata de um relato da notícia veiculada no ano 2000, há um rearranjo do texto e alguns itens são substituídos. No próprio título da notícia, temos a escolha pelo verbo **ocupar** em detrimento do verbo **invadir**, o que traz uma abordagem diferente em relação à ação dos sem-teto dentro do shopping, não se caracterizando como algo imposto ao estabelecimento.

(13) *Em 2000, ‘rolê’ de sem-teto ocupou shopping do Rio*

Ao continuarmos a leitura do texto, podemos perceber que o enunciador omite o vocábulo **favelados**, no primeiro parágrafo, ao se referir aos participantes do passeio no shopping em 2000. Essa omissão¹² pode ter-se dado pelo contraste com o uso de **jovens da periferia**, termo usado para se referir aos participantes dos “rolezinhos” atuais, o que causa uma disparidade com o termo **favelados**, carregado de um certo preconceito em relação à condição dessas pessoas, pois morar na favela é uma condição e não uma característica que faz deles indivíduos diferentes dos outros. Além disso, é importante lembrar que aqueles que eram considerados “favelados” e desprovidos de poder consumo em 2000, hoje são consumidores de grandes marcas, como acontece com os **jovens da periferia** que participaram dos “rolês” atuais. Vejamos como o “rolê” de 2000 é reconstruído referencialmente pelo jornal:

(14) *Um espécie de ‘rolezinho’ ocorreu em 4 de agosto de 2000 no Rio. Em vez de jovens da periferia, 130 sem-teto, estudantes e punks foram ao shopping Rio Sul, em Botafogo, zona sul, “para passear”*

Como podemos notar, a opção pelas aspas em “**para passear**” permanece assim como ocorreu na notícia de 2000 em referência ao protesto, embora ressalvado na notícia anterior pelo líder do MTST o objetivo de passear no shopping. Novamente, podemos perceber o efeito de distanciamento enunciativo provocado pelo recurso às aspas, mostrando que o enunciador ainda é resistente em aceitar a ideia de que aquilo teria sido um passeio e não uma ocupação.

(15) *Em vez de jovens da periferia, 130 sem-teto, estudantes e punks foram ao shopping Rio Sul, em Botafogo, zona sul, “para passear”.*

No terceiro parágrafo, o enunciador abandona as aspas parecendo assumir o evento como um passeio e apresenta uma informação nova em relação à notícia anterior:

(16) *Ao fim do passeio, a associação de shoppings informou que pediria à justiça que os sem-teto fossem impedidos de entrar no local em um próximo evento do tipo, que não chegou a acontecer.*

Essa informação aproxima este evento dos encontros atuais dos jovens, que começaram a sofrer algumas sanções em relação aos seus passeios em shoppings, o que

¹² É importante considerar também que, atualmente, há uma maior preocupação com aquilo que se escreve em qualquer meio de comunicação, uma vez que as pessoas estão mais críticas e existem leis mais rigorosas que as protegem contra atitudes discriminatórias.

foi amplamente repercutido na mídia entre 2013 e 2014 por revelar preconceito com os jovens que eram em grande parte negros e vindos das periferias.

No sexto parágrafo, também se acrescenta uma informação relativamente nova em relação aos estudantes que participaram do ato:

- (17) *O ato havia sido organizado por estudantes de direito da UFRJ, que queriam ver a reação dos clientes do shopping, além de protestar “contra o sistema capitalista, mostrando o contraste entre o consumo supérfluo e a fome”.*

Apesar de a notícia anterior ter revelado que estudantes participaram do passeio, essa informação não foi muito enfática e limitou-se a incluir o termo geral **estudantes** entre os **sem-teto**, **punks** e **favelados**. Ao nosso ver, ao introduzir-se a informação de que estudantes eram **alunos de direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro** e que organizaram o evento com um caráter politizado, ou seja, contra o sistema capitalista e suas oposições (**supérfluo x fome**), o enunciador parece estabelecer uma contraposição com os “rolezinhos” atuais em que não houve esse caráter politizado, justificando portanto, o tratamento hostil recebido pelos jovens em seus encontros tanto em 2013 como em 2014, cujo principal objetivo seria mesmo o de diversão e confusão.

Palavras finais

A partir da observação e comparação das notícias acima, separadas por um intervalo de pelo menos 13 anos, pudemos perceber que atualmente há um cuidado maior com a produção do discurso noticioso na representação dos atores sociais da nova classe média em relação ao ano 2000, em que essa classe ainda não havia se consolidado, embora esse discurso já fosse muito bem trabalhado com todo cuidado em relação ao *apagamento do sujeito enunciator*. No entanto, como já discutimos, esse apagamento é uma façanha praticamente inalcançável, uma vez que a presença do enunciador é revelada por suas escolhas léxico-gramaticais e *pré-discursos* que acabam vindo à tona pela maneira como se produz o texto. Como pudemos ver em nossa análise, quem enuncia a notícia está sempre presente, seja por suas *escolhas lexicais* (**invasão**, **manifestação** bem como termos gerais para representar os participantes do “rolê” em contraposição ao fato de os frequentadores dos shoppings ou os lojistas sempre aparecerem representados por *nomeação e funcionalização*), seja pela construção da imagem de um leitor específico e ideal a quem o jornal opta por valorizar. Além disso, pudemos notar a grande frequência de estratégias de *apagamento da voz do jornal* por meio do uso das aspas e de construções discursivas que levavam o leitor ao contraste entre o público frequentador do shopping, as lojas de marcas e os participantes do “rolê” (*pré-discursos*). Outro fator observado foi o espaço aberto na notícia para a fala de outras pessoas, o que introduziu no texto tanto termos que reforçaram o ambiente de **medo**, como também a compreensão do por que o passeio estava ocorrendo, dada a “enorme desigualdade” existente no Brasil.

A aproximação entre o “rolê” de 2000 e os “rolezinhos” atuais enfatizou em ambas as notícias o contraste entre os manifestantes e o lugar escolhido para os encontros, mas também revelou os “rolezinhos” atuais como eventos em que a diversão se sobrepôs ao engajamento político, o que justificaria, em parte, o tratamento inicialmente hostil dado tanto pela mídia quanto pela sociedade aos encontros.

Dado esse grande poder de consumo da nova classe média e de sua importância para a economia atual, imaginamos que isso poderia influenciar na maneira como essa classe vem sendo representada na mídia. No entanto, esse movimento tem sido bem tímido, conforme mostramos em artigo anterior (MORASCO, 2014) e como pudemos ver em nossas análises aqui apresentadas.

Notamos que, apesar de sua relevância para a economia brasileira, a nova classe média não tem representação satisfatória nas notícias analisadas, o que converge com aquilo que Charaudeau (2006) coloca em relação ao jornal ter a preocupação com o seu público leitor e se engajar como um parceiro que o legitima, ou seja, o jornal que escolhemos para ser analisado tem um público predominantemente de classes A e B e parece se engajar na sua legitimação, apesar da grande relevância da classe C atualmente.

Isso posto, ressaltamos que jovens dos “rolezinhos” gostam de e usam roupas e acessórios de marca, sendo, portanto, consumidores legítimos, o que se contrapõe à sua exclusão dos ambientes em que essas marcas são vendidas. São como uma força a empurrar a classe média tradicional e mostrar que hoje são também uma classe média e querem espaço e visibilidade na vida social e na mídia, já que economicamente respondem numericamente por boa parte da sociedade. Como pudemos perceber em nossa análise, essa representação e visibilidade na mídia impressa ainda precisa ultrapassar as barreiras de um pré-conceito em relação a esses brasileiros que, independentemente da classe da qual fazem parte, precisam ser reconhecidos como cidadãos e ter acesso à cidadania acima de tudo.

REFERÊNCIAS

- CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto, 2007.
- _____. Discours journalistique et positionnements énonciatifs. *Frontières et dérives, Semen*, 22, 2006. Disponível em: <<http://semen.revues.org/2793>>. Acesso em: 4 nov. 2014.
- FERREIRA, A. B. H. *Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa*. 4. ed. Curitiba: Positivo, 2009.
- FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Coord. da tradução, revisão técnica e prefácio de I. Magalhães. Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília. 2001.
- FAIRCLOUGH, N.; KRESS, G. *Critical discourse analysis*. Mimeo, 1993.
- HALLIDAY, M. A. K.; MATTHIESSEN, C. *An introduction to Functional Grammar*. London: Arnold, 2004.
- HARTLEY, J. *The uses of digital literacy*. St. Lucia: University of Queensland Press, 2009.
- _____. *Understanding news*. Londres: Methuen, 1982.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. *L'énonciation: de la subjectivité dans le langage*. Paris: Armand Colin, n. 3, v. 3, p. 162-167, 1980. Disponível em: <http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mots_0243-6450_1981_num_3_1_1044_t1_0162_0000_2> Acesso em: 21 out. 2014.
- KOCH, I. G. V. *As tramas do texto*. São Paulo: Contexto, 2014.
- MORASCO, P. S. G. *Atores sociais da nova classe média e sua representação no discurso noticioso do jornal Folha de S. Paulo*. In: ENCONTRO DE PÓS-GRADUANDOS EM

ESTUDOS DISCURSIVOS DA USP, 6., “A multidisciplinaridade nos estudos discursivos, 2014, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH/USP), Anais. 2015.

NERI, M. C. (Coord.). *A nova classe média*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2008.

PAVEAU, M. Palavras anteriores: os pré-discursos entre memória e cognição. *Filologia e Linguística Portuguesa*, Paris, n. 9, p. 311-331, 2007.

PIVA, P. J. L. A. A ascensão ideológica da nova classe média, os preconceitos contra o “Esquenta” de Regina Casé. Disponível em: <<http://opensadordaaldeia.blogspot.com.br/2013/03/a-ascensao-ideologica-da-nova-classe.html>>. Acesso em: 17 set. 2013.

POCHMANN, M. *Nova Classe Média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

SERASA EXPERIAN; DATA POPULAR. Disponível em: <<http://noticias.serasaexperian.com.br/dados-ineditos-da-serasa-experian-e-data-popular-revelam-faces-da-classe-media-que-movimenta-58-do-credito-e-injeta-r-1-trilhao-na-economia>>. Acesso em 09 ago. 2014.

VAN DIJK, T. Critical Discourse Analysis. In: SCHIFFRIN, D.; TANNEN, D.; HAMILTON, H. E. *The Handbook of Discourse Analysis*, n. 4, p. 352-371, 2001.

VAN LEEUWEN, T. A. *Discourse and practice: new tools for critical discourse analysis*. Oxford: University Press, 2008.

WODAK, R. Do que trata a ACD – um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. *Linguagem em (Dis)curso – LemD*, Tubarão, v. 4, p. 223-243, 2004. Número especial.