



## **Legalização da maconha: a cobertura da grande mídia brasileira**

Vitor Augusto Rodrigues Fávero<sup>1</sup>

Érika de Moraes<sup>2</sup>

### **Resumo**

O presente trabalho visa, a partir do respaldo teórico-metodológico da Análise do Discurso de Escola Francesa (AD), estudar os diversos discursos que frequentam a grande mídia brasileira sobre o tema da legalização da maconha. Através de uma seleção de textos publicados em grandes jornais do país, cada caso será analisado e classificado de acordo com os conceitos da AD. Dessa forma, o objetivo da pesquisa é detectar as falhas da mídia na cobertura do tema e perceber as formas com que a mesma leva um debate tão importante até o seu público.

**Palavras-chave:** maconha; legalização; análise do discurso; mídia

### **Introdução**

As drogas sempre fizeram parte da história do homem. Do café ao LSD, do ópio à aspirina, a humanidade continua buscando formas de alteração da consciência e alívio da dor. Segundo Henrique Carneiro, professor de história da USP, os primeiros indícios de uso de substâncias psicoativas pelo homem datam ainda do período pré-histórico, quando, ao desbravar fauna e flora em busca de alimentos, os pré-históricos também descobriam algumas plantas com potenciais alucinógenos.

Das cavernas para cá, muita coisa mudou. Hoje temos que lidar com um cardápio extenso de drogas que não para de crescer. Com a ciência afinada e os lucros batendo à porta, tanto traficantes quanto indústria farmacêutica travam uma batalha para descobrir quem chega primeiro até a droga da vez.

Se um marciano aterrissasse hoje no Planeta Terra com a missão de analisar a relação dos terráqueos com as drogas, certamente ficaria desapontado e um tanto quanto confuso. Isso porque, no Brasil, os critérios que levam uma droga a ser proibida ou legalizada não (existem) são claros. Para não caminharmos em asfalto subjetivo, vamos ao exemplo do álcool. O

<sup>1</sup> Aluno de graduação do curso de “Comunicação Social – Jornalismo” da UNESP de Bauru

<sup>2</sup> Doutora em Linguística, professora vinculada ao Departamento de Ciências Humanas da FAAC (Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP de Bauru)

brasileiro consome em média 1,9 litros de álcool puro por ano. Essa droga é extremamente tóxica para o funcionamento do cérebro, responsável por 30% dos acidentes de trânsito e 9% das mortes de pessoas entre 15 e 29 anos (ARAÚJO, 2012, p.282). O que se faz a respeito? Coloca-se mais propagandas de cerveja em horário nobre na TV.

Quando algo tão relevante quanto a questão da legalização da terceira droga mais consumida no mundo (atrás somente de álcool e tabaco) está em pauta, logo os holofotes estão virados para a grande mídia. É ela quem vai dar o tom do debate e formar a opinião pública. Ainda mais em uma questão tão presente no cotidiano das pessoas, dosando frequentemente seu bem-estar e sua liberdade. A proposta do presente trabalho, portanto, é analisar os modos que a mídia encontra para abordar uma questão que envolve liberdades individuais, moral, religião e violência.

Mais elucidativo ainda que acompanhar as abordagens já conhecidas feitas pela mídia sobre as drogas ilícitas, é acompanhar como esse discurso começa a mudar quando o cenário proibicionista entra em crise.

Gastando bilhões todos os anos e vendo seus esforços esvaírem-se, os EUA, país proclamador da guerra mundial às drogas, parecem começar a ceder. Frente a poucos resultados convincentes, os americanos – apesar da lei federal que proíbe a maconha – já conseguiram a legalização nos estados de Washington, Colorado, Alasca, Oregon e no Distrito de Columbia (onde somente a posse é permitida).

Com os EUA apontando o erro, o sucesso de experiências “laboratoriais” como a do Uruguai entram em cena e começam a mudar a realidade proibicionista ao redor do mundo. Agora, a maconha, que só era notícia em telejornais quando o traficante entrava em cena, também começa a aparecer em tons mais sóbrios. São exemplos dessa mudança na cobertura do assunto a grande reportagem exibida pelo “Fantástico” sobre os efeitos positivos da maconha medicinal ou o documentário “Illegal” (2014), que está sendo patrocinado pela Revista Superinteressante (Editora Abril) e também aborda a raiz da questão.

Em outras palavras, líderes mundiais se juntam a entidades como a ONU para declarar a falência dessa guerra. Agora, o mundo busca uma nova política de drogas que seja fundada na ciência, superando assim a pura superstição. Para o presente trabalho, o essencial será



mapear os discursos da mídia brasileira, com base na análise de alguns artigos selecionados, a respeito desse tema e ver como ela tratava, trata e os indícios de como passará a tratar uma questão que é inevitavelmente intrínseca às vidas de todos os brasileiros.

## Métodos e Técnicas Utilizados

A metodologia utilizada para o mapeamento a respeito do tema da legalização da maconha no país será a Análise do Discurso de Escola Francesa. Usando conceitos sólidos dessa escola teórica, pretende-se chegar a algumas conclusões quanto à atuação da mídia no Brasil. Alguns desses conceitos são o interdiscurso, o *ethos*, o interdito, as heterogeneidades entre outros, conforme são tratados por autores como Pêcheux e Maingueneau.

Segundo Maingueneau, “o interdiscurso está para o discurso assim como o intertexto está para o texto” (MAINGUENEAU, 1998, p. 86). Ainda segundo ele, um conjunto de discursos de um mesmo campo discursivo ou de campos distintos e de épocas diferentes pode ser considerados um interdiscurso.

Sobre o *ethos*, além de dizer que “o *ethos* se mostra, ele não é dito” (MAINGUENEAU, 2005, p. 71), Maingueneau propõe uma ressignificação do termo geral e afirma que foi levado a trabalhar a noção de “ethos” em direções que ultrapassam bastante o quadro da argumentação:

Além da persuasão por argumentos, a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva. O processo é particularmente evidente quando se trata de discursos como o da publicidade, da filosofia, da política etc. que – diferentemente dos que têm a ver com gêneros “funcionais”, como os formulários administrativos ou os manuais – não têm por objetivo uma adesão imediata, mas devem conquistar um público que tem o direito de ignorá-los ou de recusá-los. (MAINGUENEAU, 2005, p. 71).

Já sobre o interdito, Maingueneau tem a dizer que

A formação discursiva, ao delimitar a zona do dizível legítimo, atribuiria por isso mesmo ao Outro a zona do interdito, isto é, do dizível errado. Se, no universo do gramaticalmente dizível, um discurso define uma ilhota de enunciados possíveis que se considera que saturam a enunciação a partir de uma posição dada, no conjunto de

enunciados assim recusados, ele define igualmente um território como sendo o de seu Outro, daquilo que, mais que qualquer outra coisa, não pode ser dito. O Outro circunscreve, pois, justamente, o dizível insuportável sobre cujo interdito se constituiu o discurso; por conseguinte, não há necessidade de dizer, a cada enunciação, que ele



---

não admite esse Outro, que ele excluiu pelo simples fato de seu próprio dizer. (MAINGUENEAU, 2008, p. 39-40).

A heterogeneidade, por sua vez, “corresponde a uma presença detectável de um discurso outro ao longo do texto” (MAINGUENEAU, 1998, p. 78).

Além de autores clássicos da Análise do Discurso de Escola Francesa, o presente trabalho pretende também estudar autores que tenham se debruçado sobre a questão da manipulação da imprensa e da notícia enquanto um produto. É o caso, por exemplo, de Cremilda Medina.

### **Descrição do Processo/Experiência**

O processo de análises e mapeamento dos discursos da grande mídia brasileira se estrutura basicamente no levantamento de artigos, matérias etc. que tratem do tema e da análise via conceitos da AD.

Pelo fato de, por muito tempo, a mídia ter mostrado o tema apenas via páginas policiais, existe uma hipótese de que, na maioria das vezes, os meios de comunicação em geral não conseguem avançar até o âmago da questão, deixando o debate um pouco raso demais. É o caso, por exemplo, de uma das matérias analisadas até o momento, a qual foi vinculada ao site oficial do Jornal do Brasil e se intitula “Jihadista John fumava maconha e bebia na adolescência”. Datando de 1/03/2015 e originada na agência italiana de notícias ANSA (Agenzia Nazionale Stampa Associata), ela está claramente mais vinculada a um sensacionalismo agregado ao senso comum que ao debate em si.

Com a análise de alguns casos reveladores, como a mudança de postura de alguns veículos através de editoriais, este trabalho pretende mostrar também uma possível guinada da mídia brasileira a favor da pauta legalizacionista. Desde a experiência uruguaia, mas ainda de modo tímido, a imprensa brasileira parece estar ganhando aspectos progressistas quanto à questão. Apesar disso, todos os setores conservadores que ainda têm lugar garantido nos bastidores dos grandes veículos conseguem que essa guinada seja lenta, pontual e que o debate ainda não se estenda de maneira ideal ao público brasileiro.

### **Considerações Finais**



---

O presente trabalho tem como objetivo crucial destacar a questão da cobertura da legalização da maconha pela mídia brasileira e analisar se ela cumpre o seu papel imparcial dentro do contexto de formação de opiniões. Depois disso, destacar o quanto o debate é proposto e o quanto o tema ainda está restrito aos diários policiais.

O *corpus* do trabalho é composto por conteúdos publicados pelos maiores jornais do país. Seja em sua versão impressa ou digital, os textos são escolhidos e datam desde 2000 até o presente momento. Apesar do longo período de tempo, os textos colhidos para análise são pontuais e necessários para entendermos melhor as mudanças que tal cobertura sofreu através dos anos.

## **Referências**

MAINGUENEAU, Dominique. Termos-chave da Análise do Discurso. Ed. UFMG, 1998. 155p.

MAINGUENEAU, Dominique. Imagens de si no discurso: a construção do ethos. In: Cenas da enunciação. Editora contexto, 2005. 208p

ARAÚJO, Tarso. Almanaque das Drogas. Editora Leya, 2012. 383p