

SIMPÓSIO AT056

REPRESENTAÇÕES TEXTUAIS-DISCURSIVAS DO TRAGICÔMICO PARA A CONSTRUÇÃO DO ESCÂNDALO NO DISCURSO JORNALÍSTICO

PAULA, Deborah Gomes
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)
Universidade Paulista (UNIP)
deborahpaula@ig.com.br

SILVEIRA, Regina Célia Pagliuchi da
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP)
regcpf@osite.com.br

Resumo: Esta comunicação situa-se na área da Análise do Discurso Crítica nas vertentes sócio-cognitiva (Van Dijk, 1998) e Semiótica Social (Kress e Van Leeuwen, 2001) tem por tema as estratégias de construção do escândalo por meio do sensacionalismo, focalizando o tragicômico, nos gêneros textuais, notícia, charge e crônica de notícia, privilegiando a relação entre texto e contexto para a representação do escândalo em textos jornalísticos multimodais. Tem-se por objetivo geral, contribuir com os estudos sobre sensacionalismo em textos multimodais em língua portuguesa. São objetivos específicos: 1. examinar as estratégias utilizadas pela empresa-jornal para construir a opinião; 2. buscar uma orientação argumentativa de leitura para os textos; 3. verificar o léxico enunciado no texto, buscando a “ancoragem” a partir do marco de cognições sociais, tendo por base, o escândalo. O material analisado é constituído de textos jornalísticos e as análises buscaram examinar as relações cotextuais e contextuais multimodais, e sua produção discursiva, para a representação do escândalo. Na vertente da Semiótica Social da Análise Crítica do Discurso, Kress e Van Leeuwen (1990) investigam o valor das categorias textuais sistêmicas “dado” e “novo” para a análise de textos multimodais. Os resultados obtidos indicam que os elementos selecionados pelo produtor participam de sistemas de conhecimento, armazenados na memória social e individual, assim, considera-se que a ativação do armazenado nem sempre é consciente, pois a ideologia do Poder, que tem acesso ao público, pelos discursos, passa a influenciar as pessoas, levando-as a sustentar essa ideologia por sua reprodução textual, no e pelo discurso.

Palavras-chave: escândalo; tragicômico; análise crítica do discurso.

Abstract: This communication is situated in the area of Critical Discourse Analysis in the socio-cognitive (Van Dijk, 1998) and Social Semiotics (Kress and Van Leeuwen, 2001). Its theme is the strategies of scandal construction through sensationalism, focusing on the tragicomic, in the textual genres, news, charge and news chronicle, privileging the relationship between text and context for the representation of the scandal in multimodal journalistic texts. The general objective is to contribute to studies on sensationalism in multimodal texts in Portuguese. Specific objectives are: 1. to examine the strategies used by the newspaper company to build opinion; 2. to seek an argumentative reading orientation for texts; 3. to verify the lexicon enunciated in the text, seeking "anchoring" from the social cognitions framework, based on the scandal. The analyzed material consists of journalistic texts and the analyzes sought to examine the multimodal contextual and cotextual relations, and their discursive production, for the representation of the scandal. On the Social Semiotics side of Critical Discourse Analysis, Kress and Van Leeuwen (1990) investigate the value of the "given" and "new" textual categories for the analysis of multimodal texts. The results indicate that the elements selected by the producer participate in knowledge systems, stored in the social and individual memory, thus, it is considered that the activation of the stored is not always conscious, since the ideology of Power, which has access to the public, by the speeches, begins to influence the people, leading them to support this ideology by its textual reproduction, in and by the discourse.

Keywords: scandal; tragicomic; critical analysis of discourse.

Introdução

Esta comunicação defende que de acordo com a Ideologia da empresa jornal, algumas questões sociais são transformadas em áreas semânticas para a ancoragem de diferentes notícias, elaboradas estrategicamente, pelo escândalo a fim de atrair leitores. Assim, para atrair os leitores, entende-se que a grande estratégia utilizada pelos jornalistas é construir a notícia pelo escândalo e pelo sensacionalismo. O problema apresentado consiste em examinar de que forma o poder jornalístico constrói a notícia como escândalo para seu público leitor, de modo a inter-relacionar fatos sociais com acontecimentos do mundo e rupturas com a memória social, com o objetivo de produzir, por meio de um conjunto de estratégias, valores negativos e/ou positivos atribuídos a um acontecimento, a fim de haver a reação pública. Para tanto, Austin (1962) vai buscar respostas para as seguintes questões: que é que se faz, quando se diz alguma coisa? Note que, quando se diz algo,

realizam-se três atos: o ato locucionário (ou locucional); o ato ilocucionário (ou ilocucional) e o ato perlocucionário (ou perlocucional). Assim, a partir das contribuições do modelo sócio-comunicacional de Charaudeau (2008) foi possível verificar a intenção de quem fala ao fazer saber algo, fazer crer no que está sendo dito e fazer sentir uma emoção a partir do dito, dessa forma, é possível verificar o princípio de felicidade proposto por Austin (1962) ao constatar a execução e a realização da intenção projetada pelo enunciador, por meio da palavra. Essa projeção pode causar várias sensações como a risível, a indignação e até a dramática, mas para fazer o leitor sentir, é necessário, a noção de comparação por similitudes. Desse modo, verificou-se a construção dos escândalos pelo sensacionalismo e suas repercussões na construção das áreas semânticas que tem como pressuposto, questões sociais que incomodam o poder da empresa jornal. Para tanto, usa de diferentes estratégias que vão da informação à sedução retórica; entre elas, a construção do fato jornalístico como uma narrativa que é contada em sua progressão semântica, diariamente. As categorias semânticas que orientam a escolha dos fatos selecionados são Atualidade e Inusitado; dessa forma o leitor não é observador direto do fato, mas toma conhecimento dele pela notícia, sendo obrigado, dessa forma, a aceitá-la.

1. O escândalo e o sensacionalismo

A mídia, de modo geral, tem grande acesso ao público e, dessa forma, exerce um papel importante na construção social da opinião. Segundo Fairclough (2001), toda mudança social acarreta uma mudança no discurso e vice-versa. Desse modo, com as altas tecnologias, houve uma mudança social que propiciou uma mudança no discurso. O jornal é um produto para ser vendido e, por essa razão, houve a necessidade de uma transformação nos seus textos de notícias. Nesse sentido, o problema tratado neste texto é verificar de que maneira a empresa jornal, com seus repórteres, redatores e editores, passou a transformar o Inusitado e a Atualidade da notícia em foco de

atração para ser comprado, a fim de que o macroato de fala do discurso jornalístico, isto é, construir a opinião para o público, seja executado com sucesso. Anteriormente, a notícia era caracterizada pelo Inusitado e pela Atualidade. Entende-se, pois, que a notícia, um dos gêneros do discurso jornalístico, é construída por duas categorias semânticas, a saber: Inusitado e Atual. A primeira guia a seleção do que ocorre no mundo e que não participa do cotidiano da vida das pessoas, ou seja, o inusitado é objeto de notícia. Quanto à categoria Atual, esta guia a seleção de eventos, a partir do que ocorre no dia ou em passado muito próximo à publicação da notícia. Uma vez inserido na agenda pública, o escândalo passa a ter uma dinâmica própria em que os participantes do espetáculo midiático desempenham papéis importantes. Assim, o tempo em que cada escândalo se mantém sob a atenção do público leitor depende da sua visibilidade na mídia e os valores positivos e negativos que produzem variam de acordo com a gravidade das acusações e do enquadramento adotado na cobertura midiática. O objetivo do jornalismo sensacionalista é causar sensações nos leitores, por isso há um alto grau de subjetividade e emoção, o que propicia as estratégias de adesão que buscam suprir as carências do leitor. Por meio das sensações é possível apresentar explicações, entretanto, do ponto de vista jornalístico, é necessário investigação e constatação. Marcondes Filho (1989) descreve a prática sensacionalista como nutriente psíquico, desviante ideológico e descarga de pulsões instintivas. Ele caracteriza o sensacionalismo como o grau mais radical da mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade, vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete. Esta está carregada de apelos às carências psíquicas das pessoas e explora-as de forma sádica, caluniadora e ridicularizadora. Entende-se que houve uma mudança social, essa mudança fez com que a notícia sofresse uma modificação. Em relação ao que antigamente era Inusitado e Atualidade, isso hoje ainda se mantém, só que para se manter como Inusitado e Atualidade eles têm de transformar a notícia de modo sensacionalista em escândalo. Atualmente, toda a notícia tende a ser sensacionalista, pois o que o

leitor não sabe é sobre o sensacionalismo, porque a informação ele já tem. Com a modernidade, a diferença no momento é de que o enunciador da empresa-jornal vai criar o sensacionalismo pela estratégia de fazer rir ou de fazer indignar-se, podendo, assim, além de causar sensações no leitor, também construir a adesão ao que está sendo noticiado. Para tanto, a partir dos atos de fala, é possível verificar quais as palavras utilizadas, a partir do ato locucional, que levaram o leitor a processar a informação relevante, ou ainda, qual foi a intenção do enunciador, por meio do ato ilocucional, para causar a emoção. Isso se deve ao fato de que quando o leitor sente por meio do ato perlocucional, esse sentimento é resultado do ato locucional. Este é a construção do texto produto, ao passo que o ato ilocucional é de natureza memorial, decorrendo, assim, do processamento da informação. Nesse sentido, o poder tem questões nas quais ele quer interferir, que são questões sociais, como a impunidade, a corrupção e o preconceito, problemas mais atuais no cenário político e social, cujas áreas semânticas são cruciais para a empresa-jornal. São essas questões que eles vão transformar em escândalo. Para Thompson (2002), as estratégias propostas para apuração do escândalo são: transformar o privado em público; transgredir ou contradizer valores, normas ou códigos morais. Ambas as estratégias são utilizadas na construção do escândalo, de forma recursiva e não ordenada. Para o autor, o escândalo implica ações ou acontecimentos que transgridem ou contradizem valores, normas ou códigos morais. Os valores ou normas devem ter determinado um grau de moral, ou seja, na relação entre o individual e o social, no interstício entre o cultural e o ideológico, há uma dialética perpassada pela moral. Desse modo, entende-se que inicialmente há a ocorrência da ruptura dos conhecimentos por meio do escândalo e na sequência dos fatos após a incorporação ao cotidiano do leitor é necessário novas ações discursivas para chamar a atenção do leitor, ou seja, outras estratégias que causem impacto. Assim, é importante considerar as imagens na construção e reforço dos sentidos a partir do texto linguístico.

2. Multimodalidade e contextos

Na vertente da Semiótica Social, Kress e Van Leeuwen (1990) investigam o valor das categorias da linguística sistêmica para análise das imagens visuais e tratam de determinar como essas categorias se realizam nas figuras. Entre as categorias tratadas, apontam as textuais sistêmicas “dado” e “novo” para a análise de textos multimodais. A seleção lexical é um recurso de grande importância, pois, é através dela que se estabelecem as oposições, os jogos de palavras, as metáforas, o paralelismo rítmico, etc. Existem palavras que, colocadas estrategicamente no texto, trazem consigo uma carga poderosa de implícitos. Entende-se que a construção do texto e produção de sentidos decorre do processamento cognitivo da informação, por meio das formas de conhecimento sociais e individuais, assim é fundamental considerar as relações cotextuais e contextuais entre imagens e textos na construção do fato noticioso. Assim, a construção do escândalo pelo sensacionalismo transforma o lícito em ilícito para verificar o que os jornais objetivam de seus leitores com a notícia jornalística. O escândalo envolve a transgressão de certos valores, normas ou códigos. Esta transgressão é situada entre a transformação do lícito em ilícito. A transformação do ato lícito em ato ilícito decorre de um processo de sensibilização com o objetivo de causar uma reação emocional no leitor, uma sensação, desse modo, a partir da contribuição do modelo sócio-comunicacional de Charaudeau (2008) e os atos de fala de Austin (1962) analisou-se a transgressão ao transformar o ato lícito em ilícito e as reações causadas pelo fazer saber, fazer crer e fazer sentir.

A título de exemplificação:



Revista Veja – Edição 2632 – ano 52 – 1 de maio de 2019

Texto: O inimigo imaginário
Por que Bolsonaro está convencido de que Mourão conspira contra o governo
Incomodado com os ataques, o vice já desabafou que renuncia se o presidente pedir: “Se ele não me quer, é só dizer. Peço as coisas e vou embora”

Contexto

A capa da Revista Veja na sua edição semanal traz o vice-presidente Hamilton Mourão numa montagem com a foto do líder da Revolução Comunista Chinesa Mao Tsé Tung. O título “O inimigo imaginário”, faz uma referência a uma discutível articulação operada pelo general Mourão para derrubar Bolsonaro da presidência. Segundo a revista, alguns integrantes do governo, inspirados pelo jornalista Olavo de Carvalho, acreditam que o general Mourão é um aliado da esquerda para derrubar Bolsonaro e assumir a presidência. Para os integrantes mais radicais, Mourão conspira juntamente com a CUT, com o ex-deputado Jean Wyllyys, a Rede Globo e o movimento LGBTQTTI+.

Ato ilocucional: macro ato de fala

O enunciador tem a intenção de fazer saber – a atitude de desconfiança do Presidente Bolsonaro em relação ao vice-presidente General Mourão. E fazer crer que Mourão pode ser imprevisível e faz sentir que a situação apresentada é tragicômica, uma vez que, a possibilidade dessa mudança de postura transforma o lícito em ilícito. O lícito é que o vice-presidente Mourão, como General do Exército, estaria alinhado à perspectiva ideológica do Presidente Bolsonaro. O ilícito construído pela capa da revista, traz a ruptura com essa ideia de equipe unida e com os mesmos objetivos, ou seja, o General Mourão foi representado como de esquerda e contrário ao posicionamento ideológico do Presidente.

Ato locucional: composição textual

A representação do vice-presidente como o líder chinês comunista trata da oposição entre as perspectivas ideológicas de direita e esquerda que tem sido discutidas desde a campanha eleitoral. No texto, a expressão “o inimigo

imaginário” reflete a falta de provas que determinem se a pessoa retratada é mesmo inimiga ou não, outros termos fazem a manutenção do mesmo campo semântico de “inimigo”, como “ataques” e “conspira”, por outro lado, temos “desabafo” e “renuncia” como ações que atenuam o impacto social. .

Ato perlocucional: composição textual subjetiva

O ato perlocucional ocorre quando o General Mourão é representado com valores negativos da memória social atribuídos, como conspirador e aquele que muda de opinião ou ainda de partido. Sendo assim, ocorre o fazer sentir: cômico, pois reflete as várias decisões e mudanças de ideias do próprio Presidente e trágico porque as mudanças de opinião refletem para além das conveniências políticas, a falta de rumo do governo.

Em síntese, o discurso jornalístico por meio da capa da revista, busca captar a inquietação, adaptabilidade e a imprevisibilidade das ações do governo atual. O Presidente Bolsonaro tenta estabelecer nesse início de mandato uma “espinha dorsal” com o objetivo de estabelecer uma ordem, esse conceito reflete uma perspectiva de territorialidade organizada por valores ideológicos. Ocorre que a construção desse consenso tem sido marcada por reviravoltas que retratam a ausência de uma uniformidade convertidas em risíveis. O tragicômico ocorre por meio da naturalização daquilo que sabemos ser horrível, ou seja, o vazio, a ausência de uma direção e objetivos claros por parte do governo. Uma vez que, a comparação estabelecida, causa a sensação risível, temos também aspectos de gravidade, seriedade, quase trágica, pois é possível identificar a relação construída a partir dos traços em comum com o líder chinês que é comunista e a postura atribuída a Mourão, assim, entende-se que a ancoragem na construção do fato noticioso é o da desconfiança, pois mesmo que Mourão tenha se disponibilizado para atender à decisão do Presidente Bolsonaro, a questão social focalizada na área semântica é a falta de confiança dos indivíduos e das instituições sociais. Desse modo, o jornalismo como prática discursiva de transformação social pode contribuir com a mudança ou a manutenção das ideologias.

Referências

AUSTIN, J. L. (1962), Quando Dizer e Fazer. Porto Alegre: Artes Medicas.1990.

CHARAUDEAU, Patrick. Linguagem e discurso: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

DIJK, Teun A. Van. (1980). La noticia como discurso – Comprensión, estructura y producción de la información. Trad. Española de Guillermo Gal, Paidós Comunicación: Barcelona – Espanha, 1998.

FAIRCLOUGH, N. Discurso e mudança social. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

GUIMARAES, Eduardo. Texto e Argumentação. Campinas, Pontes, 1995.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

KRESS, G. y T. v. LEEUWEN (1990) Reading images: the grammar of visual design. London: Routledge, 1996.

MARCONDES FILHO, C. (1989) O capital da notícia. Editora Ática, 1986.

SILVEIRA, Regina Célia Pagliuchi. Português língua estrangeira: leitura, produção e avaliação de textos. (org.) Norimar Júdice. Niterói: Intertexto, 2000.

THOMPSON, J. O escândalo político: Poder e Visibilidade na Era da mídia. São Paulo: Vozes Editora, 2002.