

The background of the cover is a dense, repeating pattern of various communication-related icons. These include speech bubbles, question marks, envelopes, document icons, and symbols for social media or messaging. The icons are rendered in black outlines on a white background. A large, stylized blue spiral binding is visible on the left side of the cover, partially overlapping the central text box.

COMUNICAÇÃO, TEXTO E DISCURSO

Ana Carolina de Araújo Silva, Leila Maria Franco,
Rodrigo Daniel Levoti Portari (organizadores)

COMUNICAÇÃO, TEXTO E DISCURSO

Ana Carolina de Araújo Silva, Leila Maria Franco,
Rodrigo Daniel Levoti Portari (organizadores)

GOVERNADOR DO ESTADO DE MINAS GERAIS
Antônio Augusto Junho Anastasia

SECRETARIA DE ESTADO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR
Nárcio Rodrigues da Silveira

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS

REITOR
Dijon Moraes Júnior

VICE-REITOR
José Eustáquio de Brito

PRÓ-REITORA DE ENSINO
Renata Nunes Vasconcelos

PRÓ-REITORA DE EXTENSÃO
Vânia Aparecida Costa

PRÓ-REITORA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Terezinha Abreu Gontijo

PRÓ-REITOR DE PLANEJAMENTO, GESTÃO E FINANÇAS
Tiago Henrique B. Bregunci

DIRETOR GERAL DO CAMPUS DE BELO HORIZONTE
Roberto Werneck

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS – CAMPUS DE FRUTAL

DIRETOR DO CAMPUS
Ronaldo Wilson Santos

COORDENADORA PEDAGÓGICA
Maria Batista da Cruz Silva

EDUEMG EDITORA DO UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS

COORDENAÇÃO
Daniele Alves Ribeiro

CAPA E PROJETO GRÁFICO
Yumi N.

DIAGRAMAÇÃO
Yumi N.

COMUNICAÇÃO, TEXTO E DISCURSO

Ana Carolina de Araújo Silva, Leila Maria Franco,
Rodrigo Daniel Levoti Portari (organizadores)



EDITORA DA UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS

BARBACENA 2014

CONSELHO EDITORIAL

Acir Mario Karwoski (UFTM)

Irene de Lima Freitas (UNIUBE)

Ana Maria Zanoni da Silva (UEMG – Campus de Frutal)

Francisco Machado Filho (UNESP – Bauru)

S586c SILVA, Ana Carolina de Araújo

Comunicação, texto e discurso. / Ana Carolina de Araújo Silva; Leila Maria Franco; Rodrigo Daniel Levoti Portari. – Barbacena: EdUEMG, 2014. 238 p.; il.

Bibliografia.

ISBN 978-85-62578-39-7

1. Linguística. 2. Análise do discurso político. 3. Ponto de vista (Literatura). 4. Português – Brasil. I. Franco, Leila Maria. II. Portari, Rodrigo Daniel Levoti. III. Título.

CDU 811.134.3

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

A CRÔNICA FICCIONAL COMO DOCUMENTO..... 15
Igor Aparecido Dallaqua Pedrini, Jociene Carla Bianchini Ferreira

CAPÍTULO 2

COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM 33
A INTERAÇÃO SOCIAL PELO DISCURSO
Elizabeth Moraes Gonçalves

CAPÍTULO 3

COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA,
CONSUMO E DISCURSO EMPRESARIAL 49
UM OLHAR SOBRE AS ORGANIZAÇÕES CLARO E CPTM
Ana Maria Dantas de Maio, Marcelo da Silva

CAPÍTULO 4

INCLUSÃO QUE “TODO MUNDO ADORA” 67
A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA POLITICAMENTE CORRETA NO
ANÚNCIO PUBLICITÁRIO PARA O CARRO **NEW BEETLE** 2.0 DA
VOLKSWAGEN
Gustavo Moreira Zanini, Maria Tereza Mazziero de Souza

CAPÍTULO 5

JORNALISMO AMBIENTAL..... 94
APONTAMENTOS PARA UMA ANÁLISE DO DISCURSO ENGAJADO
Ana Carolina de Araújo Silva, Eduardo Fernando Uliana Barboza

CAPÍTULO 6

O DISCURSO DO TRÁGICO
NAS CAPAS DO JORNALISMO POPULAR 111
Rodrigo Portari

CAPÍTULO 7

O LEITOR 127
INDETERMINAÇÃO E CONFIGURAÇÃO DE LINGUAGEM EM
GUIMARÃES ROSA E MACHADO DE ASSIS
Alaor Ignácio dos Santos Júnior, Daniela Soares Portela

CAPÍTULO 8

(RE)VISITANDO O DIÁLOGO DOS PERVERSOS 156
Ana Maria Zanoni da Silva

CAPÍTULO 9

SOBRE A LITERATURA DA DESTRUIÇÃO
E O *ULISSES*, DE JAMES JOYCE 181
Fabio Akcelrud Durão

CAPÍTULO 10

UMA ANÁLISE DA DISCURSIVIDADE DOS SENTIDOS DE FAMÍLIA E
POBREZA NO PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA 199
Leila Maria Franco

CAPÍTULO 11

UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DO DISCURSO
PARA AS CAMPANHAS AMBIENTAIS EM REDE 218
Katarini Miguel

APRESENTAÇÃO

Este livro, a partir de materialidades linguística verbo-visual diversa, tem como propósito tomar o texto como unidade de significado para mostrar os seus efeitos de sentido em diferentes situações de comunicação. É por meio da comunicação que os usuários da língua partilham diferentes informações entre si, tornando o ato de comunicar uma atividade essencial para a vida em sociedade. De forma direta, simples e com análises, esta obra apresenta contribuições úteis relativas ao processo de produção e recepção de textos verbais e visuais, tão necessárias à profissionais de nível superior em Comunicação e nas humanidades.

Assim, no primeiro capítulo, **“Sobre a Literatura da Destruição e o *Ulisses*, de James Joyce”**, Fabio Akcelrud Durão faz uma apresentação que articula uma noção particular de negatividade, ao posicionar o momento da diversidade em um contexto intermediário e subordinado em relação à constituição do objeto, a do texto como artefato. O pressuposto e justificativa para isso não é um capricho idiossincrático, mas reside em última instância no estado atual da cultura, que, para dizer de um modo direto, *se tornou o âmbito de uma mediação universal*, o que merece algumas palavras, ainda que gerais e lacunares.

O texto **“Comunicação e linguagem: a interação social pelo discurso”**, de Elizabeth Moraes Gonçalves, propõe uma reflexão a respeito da importância dos estudos da linguagem para a Comunicação. Ao abordar a subjetividade da linguagem no processo comunicacional, a revisão de literatura mostra a interdependência

dos campos da Linguagem e da Comunicação, quando a concepção de interação social é selecionada para caracterizá-los. Esse entendimento da Comunicação, no contexto educacional, deverá resultar na formação de um profissional mais crítico e mais consciente do seu papel na construção e reconstrução da realidade. Da mesma forma, o docente deverá sentir-se animado a fazer uso das mensagens dos meios de comunicação e da sua linguagem, no intuito de fazer emergir a crítica e a participação social, seja como produtor, seja como receptor de mensagens.

O texto **“A crônica ficcional como documento”**, de Igor Aparecido Dallaqua Pedrini e Jociene Carla Bianchini Ferreira, é objeto de análise no capítulo seguinte. Nele, os autores, sem pretensões de discutir gêneros opinativos na grande esfera do jornalismo, objetivam desmanchar o emaranhado conceitual que permeia a crônica de ficção, numa tentativa de se aproximar da identidade informacional de uma obra de ficção. Partindo desse pressuposto, este capítulo tenta evidenciar as razões para se considerar a crônica ficcional como um documento. Para tanto, utilizaram como metodologia a revisão bibliográfica com o intuito de articular o conceito de crônica e sua relação com o Jornalismo, História, Literatura e a Ciência da Informação.

No capítulo intitulado **“Jornalismo ambiental: apontamentos para uma análise do discurso engajado”**, Ana Carolina de Araújo Silva e Eduardo Fernando Uliana Barboza trazem como discussão central alguns apontamentos para a análise do discurso ambiental, com foco no jornalismo ambiental engajado e militante. Para tanto, traçam uma breve revisão bibliográfica acerca da questão da objetividade e da neutralidade no jornalismo e argumentos que apontam para o fim dessas rotinas jornalísticas na produção de notícias sobre meio ambiente. Ao mesmo tempo, com base na linha da análise do discurso francesa, o trabalho aponta características do ethos do jornalista que, manifestas na reportagem de caráter ambiental, fomentam o dialogismo que poderá resultar na conscientização do público para a preservação ambiental

e mudança de hábitos para a melhoria da qualidade de vida no planeta Terra.

Em **“Comunicação mercadológica, consumo e discurso empresarial: um olhar sobre as organizações Claro e CPTM”**, Ana Maria Dantas de Maio e Marcelo da Silva exploram o universo da comunicação mercadológica a partir de teóricos que pensam o consumo, o consumismo e os discursos empresariais. A princípio, buscam construir e desconstruir as relações lógicas entre essas instâncias. Em seguida, aprofundam o entendimento a respeito do *gap* entre o que as organizações anunciam formalmente e as percepções de seus clientes frente às campanhas e ações de cunho institucional e/ou mercadológico.

No capítulo **“O leitor: indeterminação e configuração de linguagem em Guimarães Rosa e Machado de Assis”**, Alair Ignácio dos Santos Júnior e Daniela Soares Portela centralizam na perspectiva do leitor para a construção literária de *Grande Sertão: Veredas* (1956) e *Memórias Póstumas de Brás Cubas* (1881). No primeiro caso, há a encenação da criação de uma linguagem indeterminada que narra o porvir. No segundo, a configuração da organização do livro como um exercício lúdico que espelha o ato de leitura não mais sequenciada. Na dessacralização da função do leitor, temos a exposição do suporte gráfico da narrativa como mais um elemento ficcionalizado.

Gustavo Moreira Zanini e Maria Tereza Mazziero de Souza, a partir da peça **‘Todo Mundo’**, do automóvel *New Beetle*, no capítulo **“Inclusão que ‘todo mundo adora’: a construção discursiva politicamente correta no anúncio publicitário para o carro *New Beetle 2.0* da Volkswagen”** sinalizam as características linguísticas e extralinguísticas que nos permitem observar como os elementos inclusivos, postulados pelo movimento conhecido como politicamente correto, vêm sendo explorados pelo gênero publicitário. Para isso, traçam convergências e possíveis divergências entre o conteúdo proferido e as diversas formas de linguagens intrincadas nesse discurso que evidenciam seus objetivos mercadológicos com

base nas ideologias construídas acerca do conceito embutido na marca, por meio dos elementos discursivos e não pelo conteúdo que profere.

Também realizando uma análise de campanha publicitária, no capítulo de título **“Uma proposta de análise do discurso para as campanhas ambientais em rede”**, Katarini Miguel contextualiza um protocolo de análise do discurso, elaborado na tentativa de facilitar a investigação da comunicação em rede praticada pelo movimento ambiental, centralizando aqui as campanhas ambientais do *Greenpeace* Brasil. O protocolo contempla questões lexicais, construção da argumentação, destacabilidade, repercussão *online*, com foco no entendimento do discurso a partir dos *ethos* do enunciador, sem negligenciar os aspectos das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação). Atua, assim, com a efemeridade da comunicação pela internet e o poder de persuasão das organizações ambientalistas, amparados por estratégias discursivas próprias que busca decifrar no âmbito da análise do discurso.

No capítulo **“Uma análise da discursividade dos sentidos de família e pobreza no Programa Bolsa Família”**, Leila Maria Franco, amparada nos pressupostos da Análise do Discurso, mostra os sentidos de *família* e de *pobreza* no discurso do Programa Bolsa Família. Para isso, toma como material de análise, inicialmente, a significação desses verbetes no dicionário Aurélio (FERREIRA, 1995), para, posteriormente, confrontá-los com a significação dos mesmos na Lei 10.836, de 9 de janeiro de 2004 e no Decreto 5.209, de 17 de setembro de 2004, que regulamentam o PBF, perguntando-se como fica significado e como se significa *família* e *pobreza* no dicionário, bem como o percurso dos sentidos desses verbetes nesses documentos oficiais.

O último texto desta coletânea **“O discurso do trágico nas capas do jornalismo popular”**, Rodrigo Daniel Levoti Portari objetiva traçar análises acerca do discurso do trágico instituído pelo jornalismo popular no Brasil. Para isso, parte para uma análise do discurso a partir da perspectiva de Mikhail Bakhtin, na qual

o discurso é construído e dirigido a um interlocutor projetado, no caso, os leitores que diariamente compram e/ou leem os jornais populares. As análises centram-se, especialmente, nas capas do **Jornal Super Notícia**, considerado o maior expoente do ramo no país e por ser o de maior tiragem na atualidade, com 300 mil exemplares impressos diariamente. A partir da leitura de suas capas e da forma como o trágico – representado pela violência e morte – são tratados, desenha um percurso sobre qual é o lugar do leitor projetado pela publicação.

As discussões teóricas e as análises linguístico-textual e discursiva incluídos neste volume trazem uma valiosa contribuição para o ensino e para a formação de estudiosos da linguagem em geral de nível superior em Comunicação e nas humanidades.

Com efeito, ao mostrar as discursividades que circulam nestes capítulos, é possível ligá-las a aspectos do significado dos textos, uma vez que não é difícil compreender que a circulação dos sentidos nos possibilita um modo de ver a política dos sentidos e a sociedade, produzindo efeitos de sentido que se projetam no tempo e no espaço.

Enfim, o principal para nós, que trabalhamos com comunicação, texto e discurso, foi observar, seus efeitos e sua força para que possam ser ouvidos e significados. Daí, os nossos gestos de interpretação – como lugar de várias discursividades. Esperamos, dessa forma, ter contribuído; sabemos, entretanto, que estes capítulos deixam, em aberto, questões que merecem, ainda, ser aprofundadas em estudos posteriores. Sendo assim, colocamos em evidência, aqui, o nosso desejo de melhor definir o caminho que necessita ser percorrido, ainda que instável, movediço, mas, certamente, não menos importante, para suscitar novos gestos de interpretação, de você, caro leitor...

Leila Maria Franco

PREFÁCIO

LONGE DAQUI, AQUI MESMO

As esquinas do conhecimento humano nos levam, invariavelmente, a percursos interessantes, que nos ensinam novos olhares para o que vemos no cotidiano ou o que deixamos de ver, diante do bombardeio de informações que recebemos nas ruas e avenidas que percorremos, nas nossas caixas postais, e-mails, através dos anúncios na web, no rádio.

Estas esquinas podem estar em São Bernardo, Uberlândia, Votuporanga ou Campinas. Podem estar também em Wolfsburg (Alemanha) de onde saiu o primeiro fusquinha em 1949; Amsterdã (Holanda) sede internacional do Greenpeace; na cidade do México, origem da Claro através do grupo América Móvil; ou numa das Centrais de atendimento aos beneficiados do Bolsa Família, como a de Feira de Santana, na Bahia. Ou até no verso famoso de Paulo Vanzolini, “quando cruza a Ipiranga com a Avenida São João”, em São Paulo.

Contudo não há esquinas na capital de Brasília. Feita para ser um exemplo harmonioso da arquitetura em favor do convívio pleno, Oscar Niemayer não projetou esquinas para a cidade símbolo do país. Talvez para evitar conversas e encontros, releituras da vida sempre tão necessárias. Para que o silêncio se impusesse.

Essa pequena digressão para chegar aos novos olhares estabelecidos por jovens e renomados pesquisadores brasileiros da área

de comunicação (o jornalismo, a publicidade, em especial) sob o suporte necessário da linguística, da semiótica, da filosofia, para enxergar de forma peculiar o que não conseguimos vislumbrar no dia a dia atribulado pela própria comunicação.

Do ponto de vista teórico, as várias revisões de literatura propostas no conjunto, juntam pesquisadores ilustres para reinventar o mundo, o nosso jeito de olhar além as nossas próprias e prediletas esquinas. Um necessário chamamento para novas dimensões do conhecimento geradas a partir das páginas dos jornais, dos anúncios publicitários, do reflexo das ações políticas e governamentais sobre a sociedade, sobre o necessário e obrigatório olhar para a dimensão da sustentabilidade, num planeta necessitado de um novo ordenamento político e de novas formas de cooperação internacional em busca da paz necessária e aguardada.

Com R\$ 0,25 podemos comprar as tragédias diárias de Porto Alegre. Com um pouco mais, R\$ 90 mil, um novo “beatle” da Volks. Com R\$ 200,00 mensais pagamos nossas contas para a Claro nos colocar milhares de watzaps, fotos, receitas culinárias e críticas ao nosso time de futebol preferido. Mas não há dinheiro suficiente para pagar a tarefa de um pesquisador, que com a sua curiosidade, nos leva a novas esquinas, a novos encontros, a novas dimensões do conhecimento humano e, especialmente, a uma nova percepção sobre a vida que nos cerca, para muito além destas esquinas.

Sem saírem do conforto de suas casas, de seus escritórios, de suas salas de aula, o conjunto dos autores desta obra nos leva a um passeio interessante por dimensões da realidade que nem com os óculos em 3D dos filmes do cinema mais recentes, conseguiríamos perceber e olhar.

Que para além das esquinas do conhecimento gerado por esta obra, possamos transitar pelas avenidas do conhecimento humano, na velocidade de uma nova dimensão. E que nos fixemos nestas pecepções para ,com olhos atentos e ouvidos apurados, posamos dar conta de conhecer a realidade que nos cerca, com seus novos apelos, ações, propostas, plataformas comunicacionais, mas

com o jeito sereno de quem se encontra numa esquina. Sempre com um abraço, um sorriso, um “dedo de prosa”.

E que os leitores que passarem por estas novas esquinas, leiam as provocações lançadas, com o mesmo interesse, respeito e curiosidade com que li os originais que me foram enviados.

Adolpho Queiroz,

É pós doutor em comunicação pela Universidade Federal Fluminense e professor do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Presbiteriana Mackenzie/SP.

CAPÍTULO 1

A CRÔNICA FICCIONAL COMO DOCUMENTO

Igor Aparecido Dallaqua Pedrini¹
Jociene Carla Bianchini Ferreira²

Este artigo não tem ambições históricas, embora se utilize de alguns referenciais do passado. Nem pretensões de discutir gêneros opinativos na grande esfera do jornalismo, embora seja essa a atividade e o seu suporte inicial (o jornal impresso) em que tenha convergido num único espaço (ou colunas) a possibilidade de ficção, informação e história, desempenhada pela crônica. Nem tem o cunho literário, embora articule algumas concepções sobre a natureza da narrativa e as ideias iniciais sobre a mimese.

O objetivo é bem mais simples, parte de um espírito infantil, brincando de desmanchar o emaranhado conceitual que permeia a crônica de ficção, numa tentativa de se aproximar da identidade informacional de uma obra de ficção.

A empreitada é longa, visualiza-se aqui apenas um dos curtos caminhos que seguem os estudos de Moraes e Guimarães (2006) e

1 Professor da Universidade do Estado de Minas Gerais –Campus de Frutal. Doutorando em Educação (UFU);

2 Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais – Campus de Frutal . Doutora em Educação (UFU).

Pedrini (2007), na longa empreitada de representar a informação de um documento ficcional.

Partindo desse pressuposto, este artigo tenta evidenciar as razões para se considerar a crônica ficcional como um documento. Para tanto, utilizou-se como metodologia a revisão bibliográfica com o intuito de articular o conceito de crônica e sua relação com o jornalismo, história, literatura e a ciência da informação.

MÍMESE E FICÇÃO

Talvez o primeiro passo para se entender a natureza da ficção resida pelo caminho da mimese. Pois nela estão as primeiras reflexões e conceituações sobre a relação realidade e ficção.

A concepção platônica foi a primeira a dar um significado claro e fundamentado a *mimesis*. O conceito se referia à imitação. De forma geral, a palavra é definida como a produtividade que realiza cópias (*eikones*). Por isso, o poeta produz apenas a imitação, ou seja, as sombras das coisas como são e, por conta disso, não visa a essência da realidade, o que afasta a sua obra do real (PLATÃO, 429-347 a.C.), em República, capítulo X, 605c, aponta:

O poeta imitativo instala uma constituição má na própria alma de cada um de nós, pela sua complacência para com tudo o que nesta há de insensato. Revela e alimenta este elemento inferior de nossa alma e, corroborando-o, arruína o elemento capaz de raciocinar. Tende a reproduzir e não a curar, a restaurar em nós o que há de enfermo e caído.

Pela perspectiva platônica, a mimese *adoece* a racionalidade, é contrária à filosofia que é considerada como a *cura*, pois a tudo questiona. O antagonismo platônico tem relação com a popularidade das obras homéricas. Quem coloca o dedo na ferida é Harold Bloom.

O ressentimento de Platão em relação a Homero é profundo, ainda que expresso com bastante complexidade. A *Iliada* e a *Odisséia* não têm com *Orestéia* de Ésquilo e com o ciclo de *Édipo* composto por Sófocles a mesma relação constatada com o *Banquete* e a *República*, obras que visavam concorrer com Homero (BLOOM, 2005, p. 48-49).

É claro que a mimese platônica é aplicada a qualquer obra ficcional, não se refere somente a Homero. No entanto, não se pode abandonar os impasses do filósofo com a obra do poeta e, da mesma forma, nem de toda a expressão artística como conhecimento. Platão separa a arte da filosofia, com isso, caracteriza a mimese como uma cópia, vazia de conhecimento e contrária à razão.

A utilização do conceito platônico de mimese pode remeter o ficcional ao papel de *entretenimento*. Com isso, perde-se o valor da obra ficcional como arte e ignora a potencialidade crítica do autor. Por isso, o conceito aristotélico traça um contraponto à concepção platônica e pode ser eficiente em representar a essência da obra ficcional.

Para Aristóteles (384-322 a.C.), a mimese é interpretativa. Nesse sentido a ideia platônica é rejeitada. É admitido então, a essência da ficção, que é uma visão de mundo de um autor ao vislumbrar a realidade.

Com a mimese aristotélica, a arte tem um papel fundamental de conjecturar determinada realidade, deixando de ser pura imitação do real, para conter elementos críticos, elevando o seu criador ao papel de mediador de suas interpretações.

No primeiro capítulo da *Poética*, é definido como o autor da obra ficcional registra suas impressões sobre a realidade nas diversas modalidades de arte:

Diferem entre si em três pontos: imitam ou por meios diferentes, ou objetos diferentes, ou de maneira diferente e não a mesma. Assim como alguns imitam muitas coisas figurando-as por meio de cores e traços (uns graças à arte; outros à prática) e outros o fazem por meio da voz, assim também ocorre naquelas mencionadas artes (ARISTÓTELES, 1971, p.19).

Há então, três perspectivas para se imitar a realidade: “ou reproduz os originais tais como eram ou são, ou como dizem e eles parecem, ou como deveriam ser” (ARISTÓTELES, 1971, p.48).

Considerando-as, as possibilidades de representação de uma realidade são: i) a interpretação realizada na esfera temporal (presente e passado) da realidade. Prática exercida pela história e pelo jornalismo; ii) a interpretação baseada no senso comum. Aqui, a crônica, que por definição tem relação com visão histórica e jornalística e, como será esmiuçado mais adiante, tem relação com um instante percebido e apreendido pelo o autor; e, por fim, iii) na interpretação idiossincrática acerca de uma realidade melhor (utópica) ou pior (destópica). Sendo, então este o papel da literatura.

Estas distinções definem a concepção artística delimitada na obra ficcional. Ao criar, o autor o faz por uma delas. Esta é registrada em um enredo, que depois é inscrito em um suporte. Por esta característica é possível fazer a comunhão com a ideia de *informação-como-coisa*, abordada por Michael Buckland.

Buckland (1991) descreve três tipos de informação, a saber, informação como conhecimento, informação como processo e informação como coisa. Assim, os dois primeiros termos são considerados intangíveis, isto é, o conhecimento e o seu processo de transferência. Entretanto, a informação como coisa é tangível, está registrada em algum suporte, ou, às vezes, é o próprio suporte.

Buckland utiliza *evidência* para atribuir como característica da informação como-coisa. É pela potencialidade de ser informação que um objeto se torna informativo.

Evidence is an appropriate term because it denotes something related to understanding, something which, if found and correctly understood, could change one's knowledge, one's beliefs, concerning some matter.(...) Evidence, like information-as-thing, does not *do* anything actively. Human

beings do things *with* it or *to* it. They examine it, describe it, and categorize it³ (BUCKLAND, 1991, p. 353).

Evidenciar uma informação é o ponto fundamental para considerar um objeto informativo e, por conseguinte, definí-lo como documento. Partindo dessa premissa, “document’ originally denoted a means of teaching or informing, whether a lesson, an experience, or a text⁴” (BUCKLAND, 1991).

Por essa perspectiva, o autor expande a concepção de documento, abarcando as evidências temáticas. Assim, o fato de um enredo ficcional estar registrado em um suporte, já o qualifica como informativo conforme a sua utilização.

Contudo é possível considerar a estrutura narrativa como uma metaevidência, isto é, os elementos que compõem a estrutura podem receber um registro de informação. “Perhaps a better term for texts in the general sense of artifacts *intended* to represent some meaning would be ‘discourse⁵’”. (BUCKLAND, 1991, p. 354).

Quando um autor articula a estrutura narrativa, o faz com a finalidade de inscrever sua interpretação de mundo. Esse, por conseguinte, é registrado no suporte na qual o coisifica, sendo a evidência de um tema que a legitima como informação-como-coisa.

Narrativa é definida pela transformação de situações, de estado, mediada por personagens explícitos ou implícitos no documento.

“O que define o componente narrativo do texto é a mudança de situação, a transformação. Narrativa, é, pois, uma

3 Evidência é um termo apropriado porque denota algo relacionado ao entendimento, algo que, se encontrado e corretamente entendida, poderia mudar o conhecimento, as crenças de uma pessoa, a respeito de algum assunto. (...) Evidências, como a informação como-coisa, não faz nada ativamente. Os seres humanos fazem coisas com isso e para isso. Eles examinam-os, descrevem-os e classificam-os. (tradução nossa)

4 O documento originalmente denotava um meio de ensinar ou informar, seja uma lição, uma experiência ou um texto. (tradução nossa)

5 Talvez um termo melhor para textos de sentido geral destinados a representar algum significado seria “discurso” (tradução nossa)

mudança de estado operada pela ação de uma personagem. Mesmo que essa personagem não apareça no texto, está logicamente implícita”. (FIORIN; SAVIOLI, 1997, p. 227).

Por essas características, os elementos narrativos podem aparecer em qualquer tipo de documento desde que apresentem mudanças de situação.

la primeira característica fundamental del texto narrativo consiste en que este texto se refiere ante todo a acciones de personas, de manera que las descripciones de circunstancias, objetos y otros sucesos quedan claramente subordinadas. A este respecto, un texto narrativo se diferencia sistemáticamente de , por ejemplo, una catálogo. Esta característica semántica de un texto narrativo se junta con otra de orden pragmático: por regla general, un hablante sólo explicará unos sucesos o acciones que en cierta manera sean interesantes. [...] Sin embargo presupone que únicamente se explican el suceso o las acciones que hasta cierto punto se desvían de una norma, de expectativas o costumbres [...] Em otras palabras: un texto narrativo debe poseer como eferentes como mínimo de suceso o uno acción que cumplan con el criterio de interés⁶ (VAN DIJK , 1992, p. 154).

Ademais, o autor utilizará a estrutura narrativa para causar surpresa ao leitor. Um estratagema baseado na quebra de expectativa dos acontecimentos narrados e que sirva para inserir a mensagem implícita em todo enredo.

6 A primeira característica fundamental do texto narrativo consiste, antes de tudo, que este texto se refere à ações de pessoas, de maneira que as descrições de circunstâncias, objetos e outros sucessos fiquem claramente subordinadas. Sobre isso, uma narrativa se diferencia sistematicamente de, por exemplo, um catálogo. Esta característica semântica de uma narrativa se junta com outra de ordem pragmática: pela regra geral, um único falante explicará alguns eventos ou ações que, em certa hora, sejam interessantes. [...] Por outro lado pressupõe que só se explicam o evento ou as ações que até certo ponto se desviam de uma norma, de expectativas ou costumes [...] Em outras palavras, uma narrativa deve possuir, no mínimo, como eferente um evento ou ação que cumpra com os critérios de interesses. (tradução nossa)

CRÔNICA: TEMPO E ESPAÇO

O tempo é a matéria-prima da crônica. É o instante, o momento fugaz, retratado em pequenos recortes do cotidiano. A palavra crônica é originária do termo grego *khronos*, que significa tempo.

Na mitologia grega, *Chronos*, era o Deus do tempo. Por conta de uma profecia que o alertava sobre a perda do trono, passou a devorar seus filhos. Foi por meio de *Réia*, esposa do deus do tempo, que a previsão foi realizada. Numa noite, ao conceber mais um filho, engana *Chronos* dando-lhe uma pedra ao invés da criança. O filho, *Zeus*, destrona o pai e o obriga a regurgitar seus irmãos. *Chronos*, como alegoria do tempo devorador, tem a fome na percepção dos cronistas.

Em outras palavras: a pressa de viver desenvolve no cronista uma sensibilidade especial, que o predispõe a captar com maior intensidade os sinais da vida que diariamente deixamos escapar. Sua tarefa, então, consiste em ser o nosso porta-voz, o intérprete aparelhado para nos devolver aquilo que a realidade não-graficamente sufocou [...] (SÁ, 2005 p.12).

Pela capacidade de perceber o cotidiano, o cronista capta a simplicidade corriqueira. São assuntos que não merecem o destaque da mídia ou explicação. Porém, são parte do cotidiano.

A crônica não é um 'gênero maior'. Não se imagina uma literatura de grandes cronistas, que lhe dessem o brilho universal dos grandes romancistas, dramaturgos e poetas. Nem se pensaria em atribuir o prêmio Nobel a um cronista, por melhor que fosse. Portanto, parece mesmo que a crônica é um gênero menor. 'Graças a Deus', – seria o caso de dizer, porque sendo assim ela fica perto de nós (CANDIDO, 1992, p. 13).

A crônica como gênero menor é informal. Aceita o assunto de qualquer tempo e lugar. Assim, o acontecimento escolhe o cronista. Afinal, já está inscrito como realidade – ao cronista resta a prática da capacidade de observação, interpretação e diálogo para atribuir-lhe o tema.

Porque este é, ou parece ser, uma das afeições da crônica contemporânea: a abordagem de temas do cotidiano, sem nenhuma pretensão, na aparência de tentar um aprofundamento de temas, mantendo sempre um tom coloquial, uma aparência de conversa. Talvez justamente por esta aparente informalidade de mesa de bar, desta caça ao miúdo, desta busca da poesia e do humor existentes no cotidiano é que se acabe por tomar os assuntos pelo gênero e a crônica acaba por ser colocada em um terreno apartado dos outros gêneros literários (MORAES, 2000, p.13).

Sob a informalidade e tema da crônica, reside a estrutura narrativa. Articulada no jornal impresso, a narrativa mistura ficção, diálogos, literatura e a linguagem jornalística.

Há crônicas que são diálogos, como ‘Gravação’, de Carlos Drummond de Andrade, ou ‘Conversinha mineira’ e ‘Albertina’ de Fernando Sabino. Outros parecem marchar rumo ao conto, a narrativa mais espraiada com certa estrutura de ficção. (...) Nalguns casos o cronista se aproxima da exposição poética ou certo tipo de biografia lírica (CANDIDO, 1992, p.21).

Com uma mistura de linguagens, gêneros e, claro, o espaço cedido ao cronista no jornal impresso, a crônica tem uma narrativa curta. Porém, bastante complexa se considerarmos a articulação da estrutura canônica da narrativa.

Para Fiorin (2001), a estrutura canônica da narrativa abarca quatro fases sendo elas: i) a fase da manipulação – em que um personagem é levado a ser ou a fazer; ii) da competência – quando o personagem adquire um poder para ser ou fazer; iii) da performance - quando um personagem se utiliza do poder que adquiriu e; iv) a fase da sanção – em que o personagem realiza ou não aquilo que fora levado a fazer.

A estrutura canônica, de acordo com Fiorin (2001), apresenta-se móvel, isto é, ela não aparece numa ordem de acontecimentos dentro de uma narrativa e, em muitos casos, as suas fases estão ocultas, sendo recuperadas pela pressuposição.

Outro aspecto importante sobre a crônica é que sua existência não se resume apenas ao jornal. A adição de características literárias à construção da crônica, rendeu-lhe a existência nos livros.

A estrutura da crônica é uma desestrutura; a ambiguidade é a sua lei. A crônica tanto pode ser um conto, como um poema em prosa, um pequeno ensaio, como as três coisas simultaneamente. Os gêneros literários não se excluem: incluem-se. O que interessa é que a crônica, acusada injustamente com um desdobramento marginal ou periférico do fazer literário, é o próprio fazer literário. E quando não o é, por causa dela, a crônica, mas por culpa dele, o cronista. Aquele que se apega à notícia, que não é capaz de construir uma existência além do cotidiano, este se perde no dia-a-dia e tem apenas a vida efêmera do jornal. Os outros transcendem e permanecem (PORTELLA, 1974, p. 53).

Uma vez que a crônica muda de suporte o texto que existiria por um dia, entra numa possível eternidade.

A leitura, que outrora era apressada, agora é reflexiva. É por essa característica que a crônica pode ser vista com mais crítica e profundidade.

OS APORTES DA HISTÓRIA E DO JORNALISMO

Há uma convergência do método histórico e a linguagem jornalística na construção da crônica. Isso acontece porque as duas disciplinas usam o registro do circunstancial.

Sá considera a carta de Pero Vaz de Caminha, sobre a chegada dos Portugueses ao Brasil, um marco de *estruturação da crônica* no país.

[...] a observação direta é o ponto de partida para que o narrador possa registrar os fatos de tal maneira que mesmo os mais efêmeros ganhem uma certa concretude. Essa concretude lhes assegura a permanência, impedindo que caiam no esquecimento, e lembra aos leitores que a realidade – conforme a conhecemos, ou como é recriada pela arte – é feita

de pequenos lances. Estabelecendo essa estratégia, Caminha estabeleceu também o princípio básico da crônica: registro do circunstancial (SÁ, 2005, p. 6).

A carta de Caminha foi encontrada em 1773, por Seabra da Silva, na Torre do Tombo. Assim, enquanto permanência no tempo, o suporte que continha as impressões do missivista é utilizado como documento pelo historiador.

No artigo *Uma Escrita do Tempo: Memória, Ordem e Progresso nas Crônicas Cariocas*, de Margarida de Souza Neves, a crônica machadiana é analisada pela ótica histórica. Porém, a relevância está no modo como a crônica pode ser utilizada.

Existem, no entanto, outras possibilidades de abordar a crônica do ponto de vista da História que não aquele de tratá-las como ‘documentos’ no sentido positivista do termo. De uma forma muito particular, as crônicas recolocam a seus leitores a relação entre ficção e História. [...] [tendo as crônicas machadianas como documento] [...] ‘Documentos’ portanto, porque se apresentam como um dos elementos que tecem as novidades desse tempo vivido [Rio de Janeiro, virada do século XIX para o século XX]. ‘Documentos’, nesse sentido, porque imagens da nova ordem. ‘Documentos’, finalmente, porque ‘monumentos’ de um tempo social que conferirá ao tempo cronológico da passagem do século no Rio de Janeiro uma conotação de novidade, de transformação, que cada vez mais tenderá a se identificar com a noção de “progresso”(NEVES, 1992, p. 76).

Do ponto de vista histórico, a crônica é mais do que um documento que encerra em si a tentativa de descrever todos os aspectos de uma realidade. Ela é o real contrastado com seu principal personagem, o autor. Que deflagra a experiência a vivida num instante com seu imaginário. Por imaginário entende-se “uma força, um catalisador, uma energia e, ao mesmo tempo, um patrimônio de grupo (tribal), uma fonte comum de sensações, de lembranças, de afetos e de estilos de vida.” (SILVA, 2003, p. 10).

O resultado dessa experiência é um buraco de fechadura, usado para espiar o fato histórico acontecer. No entanto, não como realmente é, porém por uma perspectiva de possibilidades, para ser comparada com outras e outras de um mesmo período cronológico. São percepções sobre costumes, posturas, descobertas, a economia de uma época – todas vivenciadas.

Do Jornalismo, a crônica é influenciada por uma característica semelhante à História, a necessidade de registrar o presente.

Do ponto de vista histórico, crônica efetivamente significa narração de fatos, de forma cronológica, como documento para a posteridade. [...] Foi com esse sentido de relato histórico que a crônica chegou ao jornalismo. Trata-se do embrião da reportagem. Ou seja, uma narrativa circunstanciada sobre fatos observados pelo jornalista num determinado espaço de tempo (MELO, 2003, p.149).

A circunstância não é apenas registrada, ela deve se fazer sentir. Cabe ao jornalista “explorar o poder das palavras para que o leitor possa vivenciar, como emoção semelhante à do repórter, aquilo que está sendo narrado” (SÁ, 2005 p.33).

O exercício de sentimentalizar o fato parte do uso da função poética.

A função poética é aquela centrada na própria mensagem. Ela coloca em evidência o lado palpável dos signos (Jakobson). Tudo o que, numa mensagem, suplementa o sentido da mensagem através do jogo de sua estrutura, de sua tonalidade, de seu ritmo, de sua sonoridade concerne a função poética. A função poética não abrange somente a poesia. No entanto, na poesia, a função poética é dominante, ao passo que, em outras formas de expressão linguística, ela é acessória (VANOYE, 1998, p. 58).

A valorização da mensagem em si é emprestada à crônica. Assim, se desenvolve como gênero literário, vindo do Jornalismo. Ainda que a história literária brasileira tenha dificuldade em reconhecer seu ritmo,

sua sonoridade e beleza estrutural, para os jornalistas/cronistas parece bem definida:

Não digo que a crônica seja um gênero unicamente jornalístico. Mas ela está tão ligada ao jornal - o jornal é seu território - que muitas vezes se confunde com o próprio jornalismo. Mas a crônica é um derivante do jornalismo. A crônica é como a estrada vicinal do jornalismo. Ela dá voltas, faz rodeios, circunvaga, flana, adeja, sobre os acontecimentos. Os acontecimentos que aconteceram, que podia ter acontecido e que jamais aconteceram. A crônica é a ficção jornalística do cotidiano (DIAFÉRIA, 1994).

Desenvolve-se, assim, uma ponte entre o fato corriqueiro e a consciência poética do autor. Eis a crônica carregada de valores coletivos, expressões sentimentais e experiências vividas e imagináveis.

A tentativa de definir a crônica como gênero literário, capaz de emaranhar em poucas linhas vários assuntos, criou a necessidade de classificação dos tipos de crônicas:

Há diversos tipos de crônicas na literatura brasileira. Pode-se classificar esses tipos pela natureza do assunto ou pelo movimento interno. Assim temos, a) a crônica narrativa, cujo eixo é uma história, o que a aproxima do conto [...]; b) a crônica metafísica, constituída de reflexões mais ou menos filosóficas sobre os acontecimentos ou os homens, como é o caso de Machado de Assis e Carlos Drummond de Andrade, que encontram sempre ocasião e pretexto nos fatos para dissertar ou disreter filosoficamente; c) a crônica-poema em prosa, de conteúdo lírico, mero extravasamento da alma do artista ante o espetáculo da vida, das paisagens ou episódios para ele significativos, como é o caso de Manuel Bandeira, Ledo Ivo; a crônica-comentário dos acontecimentos que tem, no dizer de Eugênio Gomes, o aspecto de um “bazar asiático”, acumulando muita coisa diferente ou díspar, como são muitas coisas de Alencar, Machado e outros (COUTINHO, 1976, p. 80).

A classificação de Afrânio Coutinho, como apontado por Moraes (MORAES, 1999, p. 35) “fica devendo uma maior explicação para o humor presente nas crônicas”. Entretanto, essa lacuna pode ser preenchida pela definição de Luiz Beltrão: “Crônica satírico-humorística – Seu objetivo é criticar, ridicularizando ou ironizando os fatos, ações personagens; busca entreter, assumindo feição caricatural” (MELO, 2003, p. 157).

Na esfera das linguagens histórica e jornalística, bem como a classificação dos tipos de crônicas na literatura, tem se constituído um gênero. Contudo, o que esse gênero representa para a Ciência da Informação?

A CRÔNICA COMO DOCUMENTO

Ao considerar a crônica como documento, há a necessidade de entendê-la como gênero e, por conseguinte, a forma como emissora de informação. Assim a forma é definida como:

“el complejo de reglas de representación usado para transmitir un mensaje, esto es, como el conjunto de características de un documento que puede ser separado de la determinación de los temas particulares, personas o lugares que lo afectan⁷.” (DURANTI, 1996, 129).

A forma documental pode ser *física e intelectual*.

Un género es un vehículo convencional, elegido por un emisor, para transmitir todo aquello que quiere expresar. Está conformado por un conjunto de tipos, que comparten una serie de rasgos formales y de contenido, y constituye um patrón

7 Regras de representação complexas são usadas para transmitir uma mensagem, isto é, como o conjunto de características de um documento que pode ser separado a partir da determinação de problemas específicos, pessoas e lugares que os afetam. (tradução nossa).

para la interacción comunicativa que se produce en um ámbito social determinado⁸ (ISQUIERDO ALONSO, 2004, p. 35).

O gênero tem uma função comunicativa. Sua forma é um código comum. Usado e percebido, consciente ou inconscientemente, pelo o autor/emissor e leitor/receptor de um *determinado ámbito social*.

A tipificação de um gênero depende de sua superestrutura. Van Dijk (1992) considera as superestruturas como estruturas globais, isto é, a forma do texto, independente de seu conteúdo. São culturalmente apreendidas e tidas como esquemas formais aos quais o texto se adapta.

Tendo a crônica articulada em uma estrutura narrativa, por exemplo, sua superestrutura é percebida pela: “historia (planteamiento), complicación (trama), desarrollo (episódios y marcos), evaluación (suceso-complicación-resolución) y moraleja⁹.” (MOREIRO GONZÁLES, 1993 p. 58).

De modo geral a *forma* da crônica depende: do fato/circunstância como tema para produção do *enredo* (em algumas crônicas são apresentados vários temas, decorrentes dos fatos/circunstâncias); do estilo do autor para construção da *trama*, ou seja, como se conta a história e emprega os elementos ficcionais; do instante registrado para o desenvolvimento dos *episódios* e transformação que vai de uma *complicação* para uma *resolução*; da interpretação do autor como tema implícito e total para elaboração da *moral* do enredo.

Podemos definir un texto como conglomerado flexible de información que admite muchas configuraciones, abarcando infinidad de materias y enfoques, según la perspectiva de su autor/obrador, la situación comunicativa en la que se inserte y la función textual a la que responda. Si tenemos

8 Um gênero é um veículo convencional, escolhido por um emissor, para transmitir tudo aquilo que se quer expressar. É um conjunto de tipos, que partilham uma série de características de forma e conteúdo e constituem um padrão para a interação comunicativa que se produz em um âmbito social determinado. (tradução nossa)

9 História (abordagem), complicação (trama), desenvolvimento (episódios e quadros), avaliação (evento- complicação-resolução) e moral. (tradução nossa)

en cuenta todos estos factores relacionados con el funcionamiento textual, concluimos que el texto no sólo transmite determinados temas, sino que también comunica con su estructura – de hecho um mismo tema puede dar lugar a distintos tipos textuales – y, ésta es algo más que un mero patrón o molde organizativo que alberga o contenido¹⁰ (ISQUIERDO ALONSO, 2004, p. 37).

Os temas da crônica são definidos pela forma. Esta molda e organiza os diversos temas e tipos textuais. A forma e o estilo do autor comunicam as possibilidades de conteúdo, aguçando a expectativa do leitor sobre a obra, atribuindo ao gênero credibilidade.

APRECIACÃO CRÍTICA

Credibilidade. Talvez esta seja a palavra-chave para fechar este artigo. Ao considerarmos a mimese aristotélica, nos embrenhamos numa atmosfera em que a interpretação de mundo do autor pode ser um determinante para considerar as obras de ficção, principalmente a crônica, não como cópia, mas como uma concepção da realidade, de um instante.

Aceitar essa concepção é depositar confiança na perspectiva do autor. É evidente que a crônica de ficção possa trazer o entretenimento na rapidez do dia, assumindo o mesmo período de vida do jornal que a serve de suporte. Do mesmo modo, este curto ciclo a traz de volta como um documento, isso se dá por uma espécie de simbiose com o suporte que a torna informação como coisa.

¹⁰ Podemos definir um texto como um conglomerado flexível de informação que admite muitas configurações, abrangendo infinidades de matérias e enfoques, segundo a perspectiva de seu autor, a situação comunicativa em que está inserida e a função textual que a responda. Se tivermos em conta todos estes fatores relacionados ao funcionamento textual, concluimos que o texto não só transmite determinados temas, como também se comunica com sua própria estrutura, de um mesmo tema se pode obter diferentes tipos de texto e isso é algo mais que um mero padrão ou molde organizativo que abarca o conteúdo. (tradução nossa).

Entretanto, este aspecto não a torna um documento. Ela precisa evidenciar a informação. Deve haver, talvez bem diferente daquela pela qual inicialmente foi gerada, uma necessidade para a crônica ficcional nos dias, meses ou anos seguintes de sua publicação. Neste caso ela recebe outras funções e até mesmo novos suportes que a exigem por mais tempo e que requer uma análise ou reflexão mais profunda.

Essa necessidade parte de um tema criado a partir de um instante que foi apreciado pelo autor. No qual, sem saber como reter a sua fugacidade, o dilui numa estrutura narrativa, onde acrescenta, ainda que inventivamente, uma perspectiva sobre a vida num momento noticioso ou histórico.

São essas evidências, a repetição de sua forma tanto no suporte, quanto a utilização da estrutura narrativa para desenvolver o enredo de um instante, que dão sustentação para que a crônica ficcional possa ser considerada um documento e, por conta disso a necessidade de ser representada como informação, pois afinal, os seus usos vão além do dia de hoje.

Referências

ISQUIERDO ALONSO, M. I. Nuevos retos en el análisis documental de contenido: la gestión de la forma documental del contenido. *SCIRE* Representación y Organización del Conocimiento. V. 10, nº1, enero-junio, 2004. p. 31-50.

ARISTÓTELES. *A arte poética*, Texto Integral. São Paulo: Martin Claret, 2003.

ARISTÓTELES. *A poética clássica*. Tradução Jaime Bruma. São Paulo: Cultrix, 1971.

BARROS, D. L. P. *Teoria semiótica do texto*. São Paulo: Ática, 2006.

BENDER, F. LAURITO I. *Crônica: história, teoria e prática*. Coleção Margens do Texto. São Paulo: Scipione, 1993.

- BLOOM, H. *Onde encontrar a sabedoria?* Tradução José Roberto O'Shea. Rio de Janeiro: Objetiva, 2005.
- BUKLAND, M. K. Information as a thing. *Journal of the American Society for Information Science (JASIS)* v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.
- CANDIDO, A. *A vida ao rés-da-chão*. A crônica: O gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil. Organização: Setor de Filologia da FCRB. Campinas, São Paulo: Editora Unicamp, 1992. p. 13-22.
- COUTINHO, A. *Antologia brasileira de literatura*. Rio de Janeiro: Letras e Artes, 1976.
- DIAFÉRIA, L. *Carta de Lourenço Diaféria*. Crônica arte arteira — retrato do dia-adia. Nísia Andrade Silva. Trabalho de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Santos. 1994.
- FIORIN, J. L. *Elementos de análise do discurso*. 10ª Edição. São Paulo: Contexto, 2001.
- FIORIN, J. L.; SAVIOLI, F. P. *Lições de texto: leitura e redação*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.
- FIORIN, J. L. *Sendas e veredas da semiótica narrativa e discursiva*. Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada (DELTA). V. 15, n. 1, Fevereiro-julho 1999. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44501999000100009, acessado em 10/09/2013.
- GREIMAS, A. J. et al. *Análise estrutural da narrativa*. Tradução Maria Zélia Barbosa Pinto, Revisão de Milton José Pinto. Petrópolis: Vozes, 1971. p 61-109.
- GREIMAS, A. J. *Sobre o sentido: ensaios semióticos*. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.
- MELO, J. M. de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3ª Ed. revisada e ampliada. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MORAES, J. B. E. *Um narrador irrequieto e o riso do Crioulo Doido: uma análise das Crônicas de Stanislaw Ponte Preta*. Tese de Doutorado em Estudos Literários. Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), 1999.
- MORAES, J. B. E. Uma crônica sobre a crônica. *Revista Omnia*, V.3 Editora Omnia, julho-dezembro, 2000. p. 12-22.
- MORAES, J. B. E. de; GUIMARÃES, J. A. C. Trabalho apresentado no “XI Encuentros Internacionales sobre Sistemas de Información y Documentación” em Zaragoza, na Facultad de Filosofía y Letras da Universidad de Zaragoza, no período de 2 a 4 de outubro de 2006.
- MOREIRO GONZÁLEZ, J. A. *Aplicación de las ciencias del texto al resumem documental*. Madrid: Universidad Carlos III, 1993.
- NEVES, M. S. *Uma escrita do tempo: memória, ordem e progresso nas crônicas cariocas*. A crônica: O gênero, sua fixação e suas transformações no Brasil. Organização: Setor de Filologia da FCRB. Campinas, São Paulo: Editora Unicamp, 1992. p. 75-92.
- PLATÃO. *A República*. São Paulo: Nova Cultural, 2004.

PEDRINI, I. A. D. *A questão do Aboutness em documentos narrativos ficcionais*: subsídios para a análise documental de crônicas. Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação. 2007.

PORTELLA, E. *Visão prospectiva de literatura brasileira*. Rio de Janeiro: Editora Ouro, 1974.

SÁ, J. *A crônica*. Série Princípios. 6ª Edição, 5ª Reimpressão. São Paulo: Ática, 2005.

SILVA, J. M. da. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

VAN DIJK, T. A. *La ciencia del texto*: um enfoque interdisciplinario. Barcelona: Paidós, 1992.

VAN DIJK, T. A. *Cognição, discurso e interação*. Coleção Caminhos da Lingüística. Organização e apresentação de KOCH, I. V. São Paulo: Contexto, 2004.

VANOYE, F. *Usos da linguagem*: problemas e técnicas na produção oral e escrita. Tradução: Clarisse Madureira Sabóia. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

CAPÍTULO 2

COMUNICAÇÃO E LINGUAGEM A INTERAÇÃO SOCIAL PELO DISCURSO

Elizabeth Moraes Gonçalves¹

Estudar Comunicação e linguagem como processos estritamente relacionados significa assumir posições críticas nesses dois campos, considerando o poder que se exerce no processo de comunicação. O indivíduo, em posse da linguagem e fazendo uso dela, pode atuar para transformar a sociedade ou para perpetuar determinadas posições. Dessa forma, partimos do pressuposto da não neutralidade da comunicação e da subjetividade da linguagem ao criar realidades e significar ou ressignificar o universo.

O profissional que trabalha com a linguagem deve estar certo de que não se trata de um simples instrumento, pois, ao construir uma visão de mundo, tende a levar seu interlocutor a participar dela. Da mesma forma, o conhecimento das estratégias persuasivas, pela linguagem, tem o poder de formar um leitor mais crítico e mais participativo, consciente de que a mensagem recebida, por exemplo, pelos meios de comunicação, não é senão um dos vieses possíveis de serem elaborados.

¹ Doutora em Comunicação pela UNESP e Mestre em Língua Portuguesa pela PUC-SP. Professora do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo – UNESP, líder do grupo de pesquisa Estudos de Comunicação e Linguagem – COLING - bethmgoncalves@terra.com.br

Aprimorar-se no estudo da linguagem como fator de interação social, significa capacitar-se para atuar socialmente como profissional e como cidadão, reconhecendo que nas mensagens há muito além do que é dito explicitamente:

Nenhum texto apresenta de forma explícita toda a informação necessária à sua compreensão: há sempre elementos implícitos que necessitam ser recuperados pelo ouvinte/leitor por ocasião da atividade de produção do sentido. Para tanto, ele produz inferência: isto é, a partir dos elementos que o texto contém, vai estabelecer relação com aquilo que o texto implica (KOCH, 1995, p.26).

Portanto, além da questão da não neutralidade da linguagem, entende-se que no processo comunicacional o sujeito recorre ao seu conhecimento do universo para gerar/individualizar sentidos. A linguagem, como potencialidade humana, no contexto comunicacional, concretiza o poder da mídia na formação do cidadão. A construção da mensagem está vinculada, dessa forma, não apenas aos elementos linguísticos e imagéticos concretos, mas às condições de produção e de recepção, assim como às características dos meios que a veiculam.

O pensamento é organizado pela posse e pelo uso da linguagem, vista como um processo, sempre em movimento e em constante reformulação, significando e ressignificando o universo de diferentes formas. A construção da mensagem seleciona recursos lexicais, sintáticos e imagéticos que revelam intenções e trazem informações subjacentes, projetando posicionamentos do seu produtor e sua leitura do universo.

Desvelar essas intenções subjacentes à mensagem e suas relações ideológicas manifestas constitui-se parte essencial de todo processo de estudo que pretende não apenas diagnosticar, mas atuar socialmente sobre dada realidade, propondo a transformação a partir de suas análises e reflexões.

Já que não existe texto neutro, sempre há interesses em torno de uma questão. Segundo Pêcheux (1975), o discurso não surge no vazio, mas remete à formação discursiva que o originou e que forneceu

condições para sua existência. Essa formação, por sua vez, também é marcada por uma ideologia ali embutida.

Essa intencionalidade do discurso pode ser estudada a partir dos elementos linguísticos que compõem os textos. O “sujeito passa a ocupar uma posição privilegiada, e a linguagem passa a ser considerada o lugar da constituição da subjetividade” (BRANDÃO, 1994, p.45).

Sabe-se que a palavra, inserida no contexto da comunicação, é preñhe de significados e de ideologias e que a escolha de uma e não de outra marca a posição do indivíduo frente ao fato abordado, ou seja, as palavras podem ocupar o lugar umas das outras, conforme o contexto, mas sempre imprimindo nuances diferentes de significação. Mattoso Câmara (1983, p.132), nesse sentido, esclarece a não existência de sinônimos perfeitos, quando afirma que “duas ou mais palavras podem ser de significação mais ou menos equivalente, constituindo o que se chama sinonímia”. É o locutor no exercício do discurso que, ao se apropriar das formas que a linguagem propõe, constrói sua visão de mundo sobre o tema abordado, na perspectiva de envolver o leitor.

Todo texto se insere em uma situação comunicativa, que está determinada, entre outras coisas, pelo propósito de buscar uma finalidade que determina o tipo de influência que a instância de enunciação quer ter sobre a recepção (CHARAUDEAU, 2003, p.155, tradução nossa).

Vale destacar que o enunciado vai além de uma simples frase, já que é fundamental analisar o contexto em que está inserido. O enunciado é um fenômeno histórico a ser observado e identificado, e, no contexto da análise, todos os elementos que compõem a mensagem, assim como a posição dos atores sociais envolvidos devem ser considerados como significativos. A análise da mensagem, nessa perspectiva proposta deve, portanto, considerar as condições de produção desses discursos que, segundo Orlandi (2003, p. 30), incluem o contexto sócio-histórico, ideológico” e está estritamente relacionada às circunstâncias de enunciação – o contexto imediato.

A linguagem é usada pela mídia como elemento persuasivo, pois, ao representar a realidade, ela recorta, interpreta, reformula, e, conseqüentemente, cria condições para que o leitor venha a interpretar a realidade na perspectiva que ideologicamente lhe interessa. O fato relatado na mídia, não reflete a realidade, tal qual um espelho o faria, mas faz uma versão do fato observado.

Santaella (1996, p. 331) observa que a linguagem apresenta um descompasso em relação à realidade, por sua própria natureza de mediadora inalienável entre nós e o mundo. Segundo ela, “a essa diferença substantiva entre a linguagem e o real acrescentam-se as diferenças adjetivas, quer dizer, as variações próprias às posições históricas e sociais dos agentes que as produzem e consomem”. Isso significa que há construção de sentido tanto no ato de produção discursiva quanto no ato de recepção, conforme explica Gnerre (1987, p. 19), “entender não é reconhecer um sentido invariável, mas ‘construir’ o sentido de uma forma no contexto no qual ela aparece”, uma vez que “as palavras não têm realidade fora da produção linguística; as palavras existem nas situações nas quais são usadas”.

A linguagem é uma forma de poder, já que nem todos os integrantes de uma sociedade têm acesso a todas as variedades da língua e a todos os conteúdos referenciais, e a variedade de maior prestígio social – a língua padrão, a escrita, ainda hoje representa um sistema fora do alcance completo, no que se refere aos significados, de grande parte dos integrantes da sociedade. Vale aqui ressaltar que entendemos que a habilidade de leitura deve ultrapassar os limites da simples decodificação de palavras para chegar à leitura dos subtextos.

A orientação das escolhas lexicais pelo emissor depende não só dos sentidos denotados como do universo dos sentidos conotados e seus subcódigos. Os atos de fala são fruto de atividade social, de interação e o sentido do discurso é construído nessa interação, portanto, o interlocutor exerce atividade no discurso do locutor com atitudes diretas ao material linguístico e através da comunicação não verbal, daí a importância de interpretá-los em seu conjunto e conforme a situação dada.

A notícia, principal elemento de um jornal, caracteriza-se não apenas pela divulgação do acontecimento, mas por contribuir para a construção de uma visão de mundo. A linguagem utilizada na elaboração da notícia tende a ser facilitadora para a compreensão do leitor a que se dirige, porém, a interferência de fatores como a emotividade e valores pessoais do repórter estão sempre presentes, além da influência exercida pela ideologia que move a empresa jornalística, como lembra Leibrunder (2002, p. 229):

Chamar a atenção do leitor, despertando-lhe o interesse e fazendo com que se sinta envolvido pelo assunto e pelo enfoque a este dispensado, requer do discurso jornalístico algo mais que o simples emprego da função referencial da linguagem. Assim sendo, os recursos expressivos da língua desempenham aqui papel fundamental. Além disso, a grande variedade de jornais e publicações igualmente destinados a públicos diversos, descarta desde já a possibilidade de um uso uniforme da língua neste gênero discursivo.

Mais uma vez vale ressaltar que nenhum texto oferece de forma explícita a informação na sua completude. “Há sempre elementos implícitos que necessitam ser recuperados pelo ouvinte/leitor” (KOCH, 1984, p. 26) na situação’, por isso, quanto maiores os conhecimentos compartilhados entre locutor/interlocutor menor a necessidade de verbalizar todo o conhecimento: as inferências tomam esse papel como seu.

Só podemos identificar o que o indivíduo pensa quando esse pensamento é comunicado por meio de um sistema de convenções partilhado com o outro, ou seja, o universo do saber do destinatário só é reconhecível quando se torna signo. Assim, há uma estreita ligação entre os códigos e o mundo concebível do saber pré-existente, pois, esse saber torna-se controlável, manipulável quando convertido em código, uma convenção comunicativa.

Considerar que não existe neutralidade na abordagem de um assunto significa avaliar que as relações de poder são exercidas, no processo comunicacional midiático, desde a escolha da pauta a ser

desenvolvida até as estratégias selecionadas na realização da matéria. Nesse sentido, a mídia tem papel fundamental na formação de imagens dos atores envolvidos no processo comunicacional. O conhecimento do funcionamento da linguagem, do discurso como revelador da subjetividade, propicia uma leitura mais crítica e desvela elementos implícitos na organização da mensagem. Dessa forma, é possível entender, além do conteúdo semântico da mensagem, a imagem que é elaborada dos atores envolvidos no processo comunicativo.

Um estudo da comunicação, na perspectiva do texto linguístico, deve observar, por exemplo, as diferentes maneiras de relatar opiniões, ou seja, as formas utilizadas pelo autor para introduzir, em seu texto, a fala de outro. Marcuschi (1991, p. 74-92) desenvolve um estudo dos verbos comumente utilizados no jornalismo para este fim, sendo alguns mais referenciais e outros mais carregados de avaliação. Segundo o autor, “a opinião é introduzida com algum verbo que antecipa o caráter geral da opinião relatada”, ou seja, esses verbos atuam de forma seletiva sobre os conteúdos, imprimindo-lhes uma intencionalidade interpretativa com características ideológicas.

A seleção do verbo introdutório nas ações discursivas e a forma como o texto é construído revelam a percepção do narrador sobre o conteúdo do fato observado ou do discurso relatado. Isto porque, como assinala Foucault, “o indivíduo é uma produção do saber e do poder. Não há saber neutro. Todo saber é político [...]. Todo saber tem sua gênese nas relações de poder” (FOUCAULT apud MACHADO, 1981, p. 37).

Na análise textual a partir das marcas linguísticas, assim como os verbos anteriormente citados, os operadores argumentativos, elementos gramaticais como preposições e conjunções igualmente atuam no sentido de levar à identificação da formação discursiva a que os textos estão vinculados. Tais elementos no texto têm a função de orientar para determinada leitura, valorizando, por exemplo, uma informação em detrimento de outra, como é o caso da conjunção adversativa ‘mas’, que ao ser inserida em um contexto, carrega, além do sentido de adversidade, também uma valorização, por parte do locutor, da proposição ou do elemento com o qual está mais diretamente vinculado.

Não se pode, entretanto, examinar o discurso midiático isoladamente, a partir unicamente das marcas linguísticas presentes no texto. É necessário compreender o processo de produção do texto, seu contexto e sua historicidade. Caso contrário, o discurso midiático, intencionalmente ou não, pode levar a interpretações equivocadas, superficiais ou parciais da realidade representada.

Os estudos das mensagens da mídia e da sua linguagem têm sido desenvolvidos, na Comunicação, sob diferentes perspectivas e com o apoio conceitual e metodológico de várias ciências, como a Linguística e a Semiologia, ou ainda a Sociologia, a Antropologia e a Psicologia. Mas a Comunicação tem se firmado como ciência, definindo seus objetos, teorias e metodologias, e, como todo campo científico, está em constante evolução e construção.

A Linguística, cujo objeto é o signo verbal, teve grande importância para a constituição da cientificidade da Comunicação, no século passado, no que concerne à aplicação de seus procedimentos metodológicos estruturalistas, porém, quando se propõe o aspecto da discursividade no universo das investigações dos fenômenos e processos comunicacionais, e entendendo a linguagem como elemento mais amplo que a língua, não podemos nos limitar à perspectiva da aplicação metodológica, devido à complexidade de fatores envolvidos na produção e/ou recepção da mensagem.

Da mesma forma, uma abordagem estritamente linguística não dá conta do estudo da diversidade de signos que podem estar envolvidos na elaboração da mensagem, como lembra Machado (2002, p.214): “a ideia de que o mundo da comunicação excede os limites da linguagem verbal e que, paradoxalmente, a linguagem fundada na palavra é o mais fértil modelo para sistemas de linguagens de outra natureza, se coloca como problema para a análise semiótica”.

O estudo da semiótica do texto procura descrever e explicar o quê o texto diz e como ele faz para dizer o que diz, ou seja, o texto é examinado na sua estrutura interna e no contexto sócio-histórico que o envolve, revelando os ideais e as concepções de um grupo social numa determinada época. O texto não tem sentido isoladamente, daí

a preocupação de avançar no próprio método estruturalista, buscando transcender a análise para além do estudo do objeto propriamente dito, imanente, e compreendê-lo à luz dos eventos sociais, culturais e históricos do nosso tempo, embasados pela visão pós-estruturalista.

Nas décadas de 50 e 60 do século XX, Claude Lévi-Strauss inovou ao transpor para a Antropologia, antes ligada apenas às ciências da natureza, o modelo linguístico de análise estruturalista. As diferentes ciências sociais, com seus próprios conceitos, suposições, teorias e métodos, encontram no Estruturalismo uma identidade representada pela Linguística, ao reconhecerem que os significados e o conhecimento emergem da interação social baseada na linguagem. A teoria da comunicação empresta da Linguística o conceito de “redundância”, redefinindo-o como “um menos a entropia relativa” e a partir daí distingue diferentes tipos de redundância.

O estruturalismo linguístico, contudo, já era então uma corrente teórica consolidada há quase meio século, tendo como marco inicial o *Cours de linguistique générale*, de Ferdinand de Saussure, publicado postumamente em 1916. O argentino Eliseo Verón (1976, p. 10), discípulo de Lévi-Strauss, afirma que em comparação com o Marxismo e a Psicanálise, que também firmaram suas bases no início do século XX, “a orientação teórica do estruturalismo em linguística teve que esperar mais para merecer divulgação e influência, tanto dentro do campo mesmo das ciências sociais como fora dele”. Segundo esse autor, a teoria da Comunicação e a Linguística se utilizam uma da outra com frequência e estão associadas de diferentes maneiras a uma configuração conceitual com crescente prestígio ideológico. Para Verón (1976, p. 11), “a linguagem é o único tipo de conduta social cuja função primária é a comunicação, e é através dessa função que pode cumprir outras”.

Mais recentemente, outros pesquisadores no campo da Comunicação Social enfocam a linguagem como mediadora entre os acontecimentos e a percepção que temos sobre eles. Baccega (1998, p. 52-53) afirma que os fatos que vivemos, “aprendemos sempre com as mediações que nos são inculcadas pela nossa cultura, sobretudo por meio da linguagem verbal”, e os fatos relatados pelos meios de

comunicação têm suas próprias mediações, “desde as do profissional presente ao fato até aquelas condicionadas aos interesses político-sociais da própria empresa, concretizadas, em geral, no copidesque e no editor, que têm poderes para intervir, modificando ou até suprimindo um relato ou parte dele”.

No contexto das mensagens dos meios, “estamos cada vez mais convictos de que o midium não é simples “meio” de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer” (MAINGUENEAU, 2001, p.71).

As múltiplas interpretações do discurso, que variam de acordo com o contexto no qual foi produzido, são ressaltadas por Orlandi (1987, p. 83).

A informação nova, aquela que é gramaticalmente explícita, que revela a intenção do locutor, fica assim circunscrita àquilo que, no linguístico, é factual, mensurável. E o que interessa, se pensarmos o discurso, é a possibilidade dos múltiplos sentidos e não a informação. O texto é o todo que organiza os recortes. Esse todo tem compromisso com as tais condições de produção, a situação discursiva, espaço entre enunciados realizados, espaço que não é vazio, mas social (intencional). A ideia do recorte remete à polissemia e não à informação. Os recortes são feitos na e pela situação de interlocução, aí compreendido, para mim, também um espaço menos imediato, mas também de interlocução, que é o da ideologia.

Observa-se que há condições sociais, culturais e cognitivas sobre as propriedades organizacionais das mensagens, ou seja, sabemos que há uma relação sistemática entre texto noticioso e contexto. Segundo Van Dijk (1996, p.122-124), é plausível que as formas estruturais e os sentidos globais de um texto informativo ou noticioso não sejam arbitrárias, mas sim o resultado de hábitos sociais e profissionais de jornalistas envolvidos no processo de elaboração da matéria, de profissionais da emissora, responsáveis pelo registro de imagens, edição e finalização de cada matéria, seleção de músicas para trilha sonora, entre outros,

considerando os objetivos de atingir o público a que se destina e as especificidades do veículo.

De acordo com Maingueneau (2001, p. 53), “o discurso é ‘orientado’ não somente porque é concebido em função de uma perspectiva assumida pelo locutor, mas também porque se desenvolve no tempo, de maneira linear. O discurso se constrói, com efeito, em função de uma finalidade, devendo, supostamente, dirigir-se para algum lugar”.

Nesse sentido, Santaella (1996, p.330) reflete a respeito da parcialidade dos discursos:

As linguagens não são inocentes nem inconsequentes. Toda linguagem é ideológica, porque ao refletir a realidade, ela necessariamente a refrata. Há sempre, queira-se ou não, uma transfiguração, uma obliquidade da linguagem em relação ‘aquilo a que ela se refere.

Deve-se, portanto, ter em mente que o trabalho do pesquisador ou analista de discurso não pode se reduzir a uma análise da mensagem desvinculada do seu contexto sócio-político-ideológico. A complexidade dos fatores envolvidos na elaboração da mensagem atesta que a análise deve romper o estudo da linguagem puramente imanente, superando a leitura restrita dos textos como produtos linguísticos fechados em si mesmos, para saltar em direção a uma investigação que apreenda o sentido de cada gênero em sua essência e totalidade.

Os recursos tecnológicos de que dispõem os meios de comunicação resultam em vários elementos que interagem com o texto verbal, acrescentando-lhe ou simplesmente reforçando significados e construindo sentidos. A leitura da mensagem, portanto, não se restringe ao código linguístico, mas expande-se aos demais signos imagéticos. “No contexto da tecnocultura, em que o processamento das mensagens não podem prescindir das tecnologias da comunicação e, por conseguinte, das máquinas semióticas, as linguagens da comunicação confundem-se com as mídias que lhes servem de suporte” (MACHADO, 2002, p.211). A leitura do conjunto pressupõe, dessa maneira, que se

considere, sobretudo, as condições de produção, além da intencionalidade na produção da mensagem.

Eni Orlandi (1987, p. 107), do ponto de vista da Análise do Discurso, discute que “o que importa é destacar o modo de funcionamento da linguagem, sem se esquecer que esse funcionamento não é integralmente linguístico, uma vez que dele fazem parte as condições de produção que representam o mecanismo de situar os protagonistas e o objeto do discurso”.

Dessa forma, a Análise do discurso representa uma nova abordagem do estudo do texto além da linearidade, relacionando enunciado e enunciação como elementos fundamentais da produção de sentido: “esta distinção enunciação/ enunciado é apenas um exemplo da concepção da linguagem com o objetivo da constituição de uma teoria da linguagem como produção... O sujeito e o sentido não existem, produzem-se no trabalho discursivo” (KRISTEVA, 1988, P.316). Da mesma forma para Charaudeau (2003, p.67), o fundamento de todo discurso são as condições enunciativas, responsáveis por permitirem que certo mecanismo de comunicação social possa produzir sentido.

Na concepção de Bakhtin, há que se entender que o texto não pode ser tomado como simples objeto de análise, sem se considerar o dialogismo e a contextualização, ou seja, deve-se ter presente

a complexa interdependência que se estabelece entre o texto (objeto de análise e de reflexão) e o contexto que o elabora e o envolve (contexto interrogativo, contestatório, etc) através do qual se realiza o pensamento do sujeito que pratica ato de cognição e de juízo. ... é impossível eliminar ou neutralizar nele (no texto) a segunda consciência, a consciência de quem toma conhecimento dele (BAKHTIN, 1997, p.333).

Reconhece-se, hoje, que a linguagem que mais consumimos atualmente é aquela veiculada pelos meios de comunicação. Da mesma forma, a escola tem reconhecido que o rádio, a TV, o jornal, a revista, e, sobretudo, a Internet, podem contribuir significativamente para o

processo ensino-aprendizagem, uma vez que podem estimular uma reflexão, além da crítica participativa.

Essas novas formas de perceber e de conhecer o mundo se configuram como um fenômeno da nossa atualidade, gerando novas interfaces, que têm influenciado os mecanismos de interação com o saber, distintas daquelas tradicionalmente observáveis e que vinham servindo como balizas para o processo didático-pedagógico. O surgimento dessas interfaces exige ajustes nas diferentes estratégias utilizadas pelos professores na condução do processo ensino/aprendizagem (OLIVEIRA; COSTA; MOREIRA, 2004, p.112).

Marcondes, Menezes e Toshimitsu (2003, p.9) refletem sobre a importância de se considerar tais textos no ambiente escolar como uma forma de aproximar a escola da sociedade, uma vez que

A ausência de trabalhos, em sala de aula, com textos que circulam socialmente, como jornal, letras de música, anúncios ou outdoors surge como sintoma de recusar a experiência do aluno como cidadão fora do espaço acadêmico. Constatase que cada vez mais os jovens têm grandes dificuldades com a leitura, no entanto, isso é medido apenas por seu contato com os textos que circula na escola.

Muitas experiências têm sido realizadas, buscando este material da mídia no contexto da sala de aula, porém, nem sempre se explora todo o potencial desse material, assim como, poucas vezes levam-se em consideração as características de linguagem de cada meio. Marcondes, Menezes e Toshimitsu (2003, p.13) comentam este distanciamento da escola em relação à linguagem dos meios, no ambiente educacional:

Todo trabalho com textos de circulação social deve estar voltado para a plena leitura e compreensão deles. É preciso refletir sobre as possibilidades de interpretação, o que pressupõe sempre um passo muito além da estrutura sintática, dos termos empregados. Reconhecimento de interlocutores, percepção de valores embutidos nas mensagens, associação

entre texto e imagem, presença ou ausência de informações, recursos sonoros, bem como uma infinidade de técnicas de edição, tanto as empregadas na imprensa como na televisão, precisam ser do repertório do aluno.

A evolução tecnológica da sociedade moderna, principalmente aplicada aos meios de comunicação de massa, tem determinado uma nova maneira de o homem se relacionar com o mundo e, conseqüentemente, de adquirir informações e conhecimentos. Assim, ao incorporar os textos da mídia, pode-se facilitar e agilizar o processo ensino-aprendizagem, qualquer que seja o nível de escolaridade. A esse respeito Castilho (2000, p.74) diz não possuir uma receita, mas sugere alguns caminhos, como “revisar os programas de formação de docentes para incorporar neles os elementos comunicacionais para o trabalho educativo e revisar os programas de ensino para enriquecê-los com aportes da comunicação, sejam os meios, as mensagens ou atividades dos estudantes”. Essas são preocupações de transformar a escola em uma instituição que realmente possa interessar aos estudantes, de forma que o trabalho pedagógico contemple prazerosamente a construção de conhecimento.

En el futuro deseado descansan las mayores ilusiones. Todo el mundo tiene derecho a acariciar su propia utopía. En relación con él podríamos plantear una total integración entre nuestros estudios, un enriquecimiento de la labor educativa con todos los recursos que puede aportar la comunicación, una enseñanza-aprendizaje en la que los estudiantes participen activamente y tengan a la mano materiales, medios, instrumentos para elaborar los mensaje (CASTILHO, 2000,p.74).

Assim, a experiência do ensino superior de comunicação, relacionando teoria e prática, por meio do uso constante da linguagem dos meios e das suas mensagens, tem servido de modelo para a escola que se propõe a formar o cidadão crítico e consciente e não apenas culto e informado. Trata-se, portanto, de explorar o lado educativo da comunicação para formar um profissional com perfil de comunicador/educador.

ALGUMAS REFLEXÕES

Comunicação e Linguagem são conceitos complementares e interdependentes, a comunicação não pode ser abordada apenas pelo aspecto técnico ou tecnicista e a linguagem não pode ser considerada como simples instrumento de comunicação. A prática do profissional de comunicação pode ser diferenciada quando reconhece o poder da linguagem de criar imagens e mundos e quando é consciente de seu poder de influenciar e construir.

Por outro lado, quando o comunicador limita-se ao factual, abrindo mão do espaço por meio do qual poderia interferir na construção e reconstrução social, está se posicionando como simples reprodutor de fatos e de ideologias.

Parte-se do pressuposto de que toda realidade transformada em linguagem é uma forma de interpretação ou uma representação desta realidade, portanto, é impossível uma análise de textos da comunicação com abordagem estritamente linguística; há que se considerar as condições de produção dos textos. Nesse sentido, a Análise do Discurso representa uma nova abordagem do estudo do texto além da linearidade, relacionando enunciado e enunciação como elementos fundamentais da produção de sentido. A abordagem interna do texto leva-nos a reconhecer os mecanismos e regras de engendramento do discurso e a análise externa, a reconstituição do contexto sócio-histórico, permite-nos entender a construção dos sentidos de cada abordagem.

A evolução tecnológica dos meios de comunicação tem exigido mudanças significativas no comportamento do homem, não só em suas relações sociais, mas também no modo de apreender e de codificar mensagens. O homem moderno não analisa mensagens como simples “receptor”, mas ele participa ativamente do processo comunicacional e passa a ser um novo leitor, um novo codificador.

Os textos dos meios de comunicação na sala de aula, tanto a recepção quanto a produção, podem auxiliar a formação de um cidadão mais crítico e mais integrado à sociedade. O uso das mensagens dos

meios, considerando as características das suas linguagens e seu potencial criativo, no sentido de atender às necessidades de formação do comunicador, tem sido um dos diferenciais dos cursos de Comunicação Social que visam à formação do indivíduo tecnicamente capacitado, mas também crítico e participativo na sociedade na qual se insere.

O pensamento é organizado pela posse e pelo uso da linguagem, vista como um processo, sempre em movimento e em constante reformulação, significando e ressignificando o universo de diferentes formas. A construção da mensagem seleciona um conjunto de signos que revela intenções e traz informações implícitas, projetando posicionamentos do seu produtor e sua leitura do universo.

Ser capaz de desvelar estas intenções subjacentes à mensagem e suas relações ideológicas constitui-se quesito fundamental para o profissional que participa desta proposta que colocamos. A formação do docente para atuar na área da Comunicação Social deve considerar não apenas o desenvolvimento da capacidade de diagnosticar os principais recursos e estratégias para o sucesso do processo ensino-aprendizagem, mas deve considerar como propósito que o docente possa atuar socialmente sobre a realidade, analisando, refletindo e transformando.

Referências

- BACCEGA, Maria Aparecida. *Comunicação e Linguagem – Discursos e Ciência*. São Paulo: Moderna, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BRANDÃO, H. H. N. *Introdução à Análise do Discurso*. 3ª ed. Campinas: Unicamp, 1994, Série Pesquisas.
- CASTILHO, Daniel Prieto. *La fiesta del lenguaje*. 2ª ed. Coyoacán, México : EdicionesCoyoacán, 2000

- CHARAUDEAU, Patrick. *El Discurso de la Información* – La construcción del espejo social. Barcelona : Gedisa Editorial, 2003.
- GNERRE, Maurizio. *Linguagem, escrita e poder*. São Paulo: Martins Fontes, 1987.
- KOCH, I. V. *Argumentação e Linguagem*. São Paulo: Cortez, 1984.
- KOCH, Ingedore Villaça. *A Inter-ação pela linguagem*, São Paulo: Contexto, 1995.
- KRISTEVA, Julia. *História da Linguagem*. Lisboa : Edições 70, 1988.
- LEIBRUDER, Ana Paula. O Discurso de Divulgação Científica. In BRANDÃO, Helena Nagamine (coord). *Gêneros do discurso na Escola*. São Paulo : Cortez, 2002.
- MACHADO, Irene. *Semiótica como teoria da comunicação*. In WEBER, Maria Helena; BENTZ, Ione e HOHLFELDT, Antonio (Orgs.). *Tensões e Objetos da Pesquisa em Comunicação*. Porto Alegre : Sulina, 2002.
- MACHADO, Roberto. *Ciência e Saber*. A trajetória da arqueológica de Michel Foucault. Rio de Janeiro: Graal, 1981.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.
- MARCONDES, Beatriz; MENEZES, Gilda; TOSHIMITSU, Thaís. Como Usar Outras Linguagens na Sala de Aula. São Paulo: Contexto, 2003.
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. *A ação dos verbos introdutórios de opinião*. In: INTERCOM – *Revista Brasileira de Comunicação*, ano XIV, nº 64, São Paulo, Janeiro/junho de 1991, p. 74-92.
- MATTOSO CAMARA Júnior, Joaquim. *Manual de Expressão Oral e Escrita*. 7ª ed. Petrópolis : Vozes, 1983.
- OLIVEIRA, Celina Couto de; COSTA, José Wilson da; MOREIRA, Mercia. Ambientes Informatizados de Aprendizagem. In COSTA, José Wilson da; OLIVEIRA, Maria Auxiliadora Monteiro (orgs.). *Novas Linguagens e Novas Tecnologias* – Educação e Sociabilidade. Petrópolis, RJ : Vozes, 2004
- ORLANDI, Eni P. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 2.ª ed. Ver. Campinas: Pontes, 1987.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. 4ª ed. Campinas: Pontes, 2003.
- PÊCHEUX, Michel. *Análise do Discurso*. Paris: Larousse, 1975.
- SANTAELLA, Lúcia. *A produção de linguagem e ideologia*. São Paulo: Cortez, 1996.
- VAN DIJK, Teun A. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 1996.
- VERÓN, Eliseo. *Lenguaje y Comunicación Social*. Buenos Aires, Argentina : Ediciones Nueva Visión, 1976.

CAPÍTULO 3

COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA, CONSUMO E DISCURSO EMPRESARIAL UM OLHAR SOBRE AS ORGANIZAÇÕES CLARO E CPTM

Ana Maria Dantas de Maio¹
Marcelo da Silva²

1. INTRODUÇÃO

Penetrar no universo da comunicação mercadológica a partir de teóricos que pensam o consumo, o consumismo e os discursos empresariais é o que nos moveu a produzir este artigo. A princípio, buscamos construir e desconstruir as relações lógicas entre essas instâncias. Em seguida, aprofundamos nosso entendimento a respeito do *gap* entre o que

1 Ana Maria Dantas de Maio é jornalista da Embrapa Pantanal, em Corumbá (MS), e doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Mestre em comunicação pela Unesp/Bauru; anamaio@uol.com.br.

2 Marcelo da Silva é professor e coordenador do curso de Relações Públicas da Universidade Sagrado Coração de Bauru-SP, e doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; marcelosilva_rp@hotmail.com.

as organizações anunciam formalmente e as percepções de seus clientes frente às campanhas e ações de cunho institucional e/ou mercadológico.

As linhas de pensamento de Bauman, Wolton, Baudrillard, Canclini e outros teóricos contemporâneos nos instigaram a buscar compreender melhor as características da dita Sociedade de Consumo, que tem na perpétua insatisfação de desejos e no princípio do descarte as diretrizes para seu fomento e legitimação. Procuramos isolar em contextos distintos as causas e efeitos de consumo e consumismo, que são categorias diferenciadas para explicar a dinâmica de aquisição de bens materiais e/ou simbólicos.

Para ampliar nossas considerações e a crítica perpetrada contra os estratagemas publicitários que trabalham na esfera do desejo via consumo, desenvolvemos uma análise discursiva de duas organizações que praticam a comunicação mercadológica, inclusive por meio de seus discursos formais, mas são reconhecidas de forma adversa por parte de seus públicos. Consideramos, ao final, que a própria comunicação se desgasta ao corroborar a desarmonia existente entre discurso e práxis.

2. METODOLOGIA

A linguagem organiza o pensamento remetendo-se a um sistema de referências que é, ao mesmo tempo, produto e processo do trabalho constante dela mesma. Nesse sentido, para Geraldi (2003, p. 79-80), “a linguagem constitui-se como língua e como sistema antropológico de referências, já que este processo se dá no contexto sociocultural”.

A ideia de costurar conceitos e percepções a respeito da cadeia comunicacional de organizações foi tão motivadora quanto a análise de discurso empreendida a título de ilustração dos fundamentos teóricos aqui trazidos à baila. Conforme Pinto (1999, p. 22), tornamo-nos, de certa forma, “uma espécie de detetives socioculturais” ao investigarmos os contextos, as vozes, as intencionalidades e o não-dito dos discursos organizacionais, principalmente na sociedade atual, marcada pela liquidez e por um foco cada vez mais voltado ao consumo e ao consumismo.

Em princípio, concordamos com Guerra (2006, p 160), quando assevera que

A linguagem, a comunicação, o discurso nas organizações nunca é inocente. Há sempre a ideologia do mundo globalizado, os valores do sistema neoliberal, muito mais do que aqueles transcritos quando gerentes adeptos à gestão estratégica redigem missão, filosofia e valores [...] Uma análise discursiva competente da comunicação organizacional dá conta de todos esses aspectos, inclusive das contradições existentes no interior do próprio discurso.

A escolha das empresas Claro (telefonia) e CPTM – Companhia Paulista de Trens Metropolitanos foi intencional, considerando a disponibilidade de dados sobre a imagem de cada uma delas e o acesso a seus discursos institucionais, bem como reações de parte dos usuários de seus serviços. A seleção dessas duas empresas atende tão somente à tentativa de ilustrar as discussões teórico-metodológicas formuladas neste artigo, não remetendo a quaisquer outros interesses.

Nossa predileção pela análise de discurso relaciona-se ao fato de ela pressupor a linguística e, por esse motivo, ganhar “especificidade em relação às metodologias de tratamento da linguagem nas ciências humanas” (ORLANDI, 1986, p.110). Assim, o discurso – que é a linguagem em movimento – não pode ser encarado como uma entidade sincrônica e abstrata, senão como um lugar no qual a ideologia se concretiza.

A relevância do caráter ideológico dos signos – e dos discursos – reside no funcionamento da linguagem, que é o espaço no qual se materializa; assim, entender as relações entre língua, linguagem e sociedade é submergir na condição humana, já que “a linguagem humana é a condensação de todas as experiências históricas e culturais de uma dada comunidade; a língua é a condensação de um homem historicamente situado, é a forma particular pela qual a linguagem se apresenta” (FIORIN, 2003, p. 72).

3. SOBRE A COMUNICAÇÃO QUE ESTIMULA O CONSUMO

Transitar por alguns conceitos de consumo e consumismo pode nos auxiliar nos primeiros passos da compreensão desse ciclo. Para Canclini (1999, p. 77) “o consumo é o conjunto de processos socio-culturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos”. Embora reconheça que a ideia de cidadania tenha sido substituída pela de consumo de bens e de conteúdos da mídia, esse autor propõe reconceituar o consumo como espaço que sirva para pensar de modo simbólico e não como simples cenário para gastos fúteis e inúteis.

Assim, o consumo é peça-chave para que os pensadores busquem um entendimento mais apurado sobre seu impacto na reestruturação das dinâmicas sociais. A partir do momento em que as identidades passam a ser definidas pela lógica do “eu consumo, eu sou, eu posso”, o fenômeno conquista o protagonismo dos estudos envolvendo a sociedade como um todo, já que o consumo e o ato de consumir são constitutivos do sujeito contemporâneo. Mais: passa a caracterizar e denominar essa Sociedade.

Bauman avalia esse fenômeno também sob a perspectiva da cultura consumista. “A vida do consumidor, a vida de consumo, não se refere à aquisição e posse. Tampouco tem a ver com se livrar do que foi adquirido anteontem e exibido com orgulho no dia seguinte. Refere-se, em vez disso, principalmente e acima de tudo, a estar *em movimento*” (BAUMAN, 2008, p. 126, grifo do autor). Segundo ele, a ética dessa orientação consumista é evitar estar satisfeito, alentando, amiúde, novas formas de estimular desejos e necessidades.

Ele concebe o consumismo como “a tendência a situar a preocupação com o consumo no centro de todos os demais focos de interesse e quase sempre como aquilo que distingue o foco último desses interesses” (BAUMAN, 2011, p. 83). A passagem do consumo para o consumismo equivale à substituição da satisfação das necessidades pela compra por impulso. O consumidor não compra para acumular, armazenar, prover. Ele adquire bens materiais e simbólicos com a finalidade explícita de descartar, como pontua Baudrillard (1981, p. 17):

Nova arte de viver, nova maneira de viver, dizem as publicidades, o ambiente quotidiano que se respira: pode fazer shopping agradável num mesmo local climatizado, comprar de uma só vez as provisões alimentares, os objetos destinados ao apartamento e a casa de campo, os vestidos, as flores, o último romance ou a última quinquilharia, enquanto marido e filhos veem um filme ou almoçam todos ali mesmo, etc.

Um campo teórico-pragmático que fomenta toda essa lógica é o da comunicação mercadológica. Kunsch (2003, p. 164) a define como “todas as manifestações simbólicas de um *mix* integrado de instrumentos de comunicação persuasiva para conquistar o consumidor e os públicos-alvo estabelecidos pela área de marketing”. Sabemos que o processo persuasivo revela-se complexo e que a passividade do receptor é questionável. O conceito de persuasão merece ser revisitado, haja vista que

Grande ganhador da comunicação, ele [o receptor] logo relativiza o desempenho dela. Todos nós experimentamos isso quando recusamos escutar, ler ou ver aquilo que nos é proposto [...] mas a liberdade do receptor consiste justamente em aceitar, repensar, negociar a mensagem recebida (WOLTON, 2006, p. 32).

Durante muito tempo, segundo Bueno (2009, p. 10), a comunicação mercadológica foi vista como distinta e até antagonista da chamada comunicação institucional. A primeira estaria para a promoção de produtos e serviços, assim como a segunda para o fomento da imagem e da reputação da organização. Concordamos com o autor em sua avaliação a respeito da inequívoca sobreposição das duas modalidades.

Mas há que se considerar que a natureza dos dois tipos de comunicação é diferenciada. Kunsch (2003, p. 164) define a comunicação institucional como “a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização”. Ela

está, portanto, muito mais voltada à “personalidade empresarial” do que diretamente ao fomento do consumo.

Uma questão que se coloca para a reflexão é até que ponto a comunicação mercadológica estimula o consumismo ou um consumo consciente, sobretudo no contexto líquido-contemporâneo, no qual emergem questões como sustentabilidade, meio ambiente, responsabilidade social e comunicação ecosófica. Realçar os atributos de uma marca, conectar essa marca a um *status* social, vincular a marca ao desejo e estabelecer relações entre a marca e a identidade são articulações rotineiras da comunicação mercadológica, na tentativa de destacar um determinado bem ou serviço. Estamos tão habituados a essa dinâmica que mal questionamos nossas negociações ao optar pelo produto A, B ou C. Escolhemos um determinado prestador de serviço porque a sua propaganda³ indica certo nível de qualidade ou preço que possa nos interessar. Somos influenciados também pelas mensagens diretas (positivas ou negativas) de contatos que já utilizaram esse serviço, fato relevante, já que as mediações socioculturais mais informais influem sobremaneira em nossas decisões e na percepção que temos de determinados produtos, serviços, marcas e organizações.

[...] e esses grupos *face-to-face* estabelecem uma mediação entre o indivíduo e os costumes, as normas e a ética de outras integrações maiores. O homem aprende no grupo os elementos da cotidianidade [...] (HELLER, 2000, p. 34).

Ao considerarmos esses grupos face a face, observamos que, na técnica da sedução, o foco da mensagem não está apenas no produto ou no serviço ofertado, senão nas sensações advindas tanto da usabilidade do produto quanto da emoção que erige da relação com a marca. Na sedução, o apelo não é mais racional como na persuasão, mas sim, emocional. Na coxia de Baudrillard acreditamos que

3 Não nos interessa diferenciar conceitualmente os termos propaganda e publicidade nesse artigo, até porque não há consenso entre os investigadores da área.

[...] quem seduz quer encantar o outro. A sedução é um processo ritual, que não se baseia necessariamente na verdade, pois tem sua construção ligada diretamente ao jogo das aparências e à conquista de quem se seduz (BAUDRILLARD, 2004 apud BORGES, 2010, p. 6).

Todavia, como fazemos nossas escolhas se não houver, por trás de um produto ou serviço, o trabalho de comunicação mercadológica? É comum, em cidades de menor porte, o consumidor escolher sua carne, sua batata e outros produtos sem nenhuma identificação de marca. Os fatores que influenciam a escolha ou rejeição desses produtos serão a qualidade (muitas vezes percebida visualmente) e nossa relação com o intermediário, ou seja, a confiabilidade no ponto de venda. A ausência da marca não impede que esses itens sejam consumidos, mantendo a corrente de demanda e produção.

Ou seja, a comunicação mercadológica desenvolve o papel de diferenciar simbolicamente determinados bens e estabelecer a concorrência entre marcas. Essa estratégia é complexa, pois abastece uma cadeia que envolve aumento de desejo, de demanda e de produção, sequência contrária aos princípios da sustentabilidade, que versam sobre um consumo ligado à supressão de necessidades no seio de uma perspectiva que compreenda o equilíbrio entre o que o homem precisa e o que ele quer, distante do consumo conspícuo e da emulação propostos por Veblen (1988).

Se essa é a essência da comunicação mercadológica e se, enquanto modalidade comunicacional, ela se submete totalmente às proposições capitalistas, resta-nos refletir sobre sua natureza, sua razão de ser e sobre algumas iniciativas que buscam utilizá-la como mecanismo de incentivo ao consumo consciente, uma discussão que merece considerações e apontamentos mais profundos.

Como praticantes da comunicação mercadológica, as organizações também desenvolvem discursos⁴ compatíveis com a lógica do

4 Neste artigo, compreendemos discurso como produção de sentido entre interlocutores; é o entrelameio na relação língua x fala, estando sempre em movimento, movimento este que vai, dialeticamente, das condições de produção às de recepção.

consumo e do consumismo. Alguns discursos formais de empresas são expressos de forma tão cirúrgica e pré-fabricada que já não convencem nem mesmo seus públicos internos. Foi a constatação de Egger-Moellwald (2011, p. 21) ao avaliar que

Com um olhar mais atento é de se supor que as empresas que se utilizam desta lógica acreditam que os funcionários não se dão conta das eventuais distorções entre o que é oficializado e a realidade, e que missão, visão e valores devem ser um bordão poético, criado para atender aquilo que deve ser apresentado ao mercado.

As redações das missões, visões e valores das empresas parecem seguir sempre o mesmo *script*. A linguagem é tão persuasiva quanto aquela utilizada na comunicação mercadológica, mas o tom formal minimiza a percepção da tentativa de sedução. O texto que compõe esse discurso, aparentemente, se mantém estranho aos públicos aos quais se dirigem. A análise discursiva que apresentamos neste capítulo, sobre as empresas Claro e CPTM, confirma que a práxis cotidiana e as formas de consumo cultural podem ser pensadas como táticas produtoras de sentido, embora de um sentido possível, estranho àquele visado pelos produtores, considerando que

[...] uma produção racionalizada, expansionista e centralizada, barulhenta e espetacular, corresponde outra produção, chamada “consumo”: Esta é astuciosa, é dispersa, mas ao mesmo tempo ela se insinua ubiquamente, silenciosa e quase invisível, pois não se faz notar com produtos próprios, mas nas maneiras de empregar os produtos impostos por uma ordem econômica dominante. (CERTEAU, 1994, p. 39).

Conforme Bauman (2008), a “materialização do amor”, aliada à diminuição do diálogo, e a carência de composição de vínculos são acontecimentos próprios de um modo de produção cujo consumismo sugere o fim da solidariedade, exatamente por estar solapada pelo fetiche em torno das mercadorias. No lugar de dar consciência acerca da necessidade de se consumir tal produto e oferecer informações acerca dele,

articula-se em estruturas arquetípicas investidas de sentido de consumo que transcendem a consciência, marcando o inconsciente do indivíduo por imagens coletivas construídas ao longo da história do homem.

Baudrillard (1981) legitima a posição de Bauman (2008) ao escrever que a ordem do consumo está intimamente ligada à sequência lógica da esfera da produção.

O sistema procura controlar não só o aparelho de produção, mas a procura do consumo; não apenas o preço, mas o que se procurará a tal preço. O efeito geral, que por meios anteriores ao próprio ato de produção (sondagens, estudos de mercado) quer posteriores (publicidade marketing, condicionamento) é ‘roubar ao comprador’ – esquivando-se nele todo controle – o poder de decisão e transferi-lo para a empresa, onde poderá ser manipulado (BAUDRILLARD, 1981, p. 71).

Destarte, ao pensarmos no discurso construído pelas organizações no contexto do capitalismo neoliberal em que a lei de livre concorrência, o investimento maciço em publicidade, a visibilidade em distintas mídias e suportes e os patrocínios são tão marcantes, o universo dos discursos torna-se, nesse sentido, um campo “[...] de negociação da organização com seus públicos, mas também, nos outros instrumentos de comunicação. Elas não podem coexistir com a manipulação, as inverdades e os pseudo-eventos (SIMÕES, 2001, p. 41)”.

É previsível que a manutenção desse ciclo “discurso empresarial/comunicação mercadológica/estímulo ao consumo e ao consumismo” traga consequências próximas a um esgotamento da própria comunicação. Como a comunicação mercadológica e o consumo são instâncias de maior visibilidade, a comunicação, como um todo, acaba afetada. A força e a onipresença da comunicação é tema tratado criticamente por Wolton (2004, p. 245), que questiona

Para que saber tudo sobre tudo se eu não posso fazer nada? Além disso, em meio século desmoronaram as estruturas militantes, associativas, sindicais, políticas, que, com razão, davam ao cidadão a impressão de poder agir. Esse

está literalmente invadido pela comunicação e desprovido de meios de ação [...] Seu único terreno de ação é o do consumo.

Se o excesso de comunicação conduz a uma saturação, caberia ao receptor impor limites e resistir aos imperativos do sistema de consumo perpetrado pelo capitalismo e sua sociedade de consumidores. Como este se encontra imerso em uma engrenagem que estimula o desejo, a insatisfação e a substituição no ventre de uma obsolescência programada, esses limites provavelmente serão determinados de forma mais drástica, por meio das crises econômicas.

As fileiras dos “demitidos” só fazem crescer em todo o mundo, fato que diminui ainda mais o consumo global; isso, por sua vez, acelera o aumento do número de desempregados, e por aí vai. É um círculo vicioso, uma cadeia retroalimentada de causas e efeitos que ninguém sabe como deter ou mesmo desacelerar (BAUMAN, 2011, p. 157)

Falta de crédito, desemprego em massa e ameaça de fome têm potencial para frear esse processo, embora a um alto custo psicológico e social, que inclui “um aumento acelerado da frequência e propagação dos problemas mentais” (BAUMAN, 2011, p. 163).

4. DISCREPÂNCIA ENTRE DISCURSO E PRÁXIS

Optamos, neste artigo, pela análise do discurso empresarial da Claro e da CPTM em contraponto com a imagem que alguns consumidores manifestam sobre elas em um órgão de defesa do consumidor, um *site* que registra reclamações e uma pesquisa de satisfação de usuários feita pela ANTP (Associação Nacional de Transportes Públicos).

A empresa Claro atua no Brasil desde 2003 e afirma atender mais de 61 milhões de clientes⁵. Em seu *site* brasileiro, discursos for-

5 Informação obtida no site da empresa (<http://empresas.claro.com.br>) em 18 de julho de 2013.

mais que compõem sua identidade corporativa, tais como Missão e Visão empresariais estão ausentes, mas há um discurso institucional disponibilizado. Nele, a Claro enfatiza seus investimentos em inovação, chegando a afirmar que “a inovação faz parte do DNA da Claro”.

O tópico destinado ao atendimento ao cliente também está contemplado na enunciação: “Para manter seu padrão de atendimento, a Claro prioriza a reciclagem e o treinamento constante de seus colaboradores, parceiros e pontos de atendimento. Também adaptamos e modernizamos os canais já existentes, como o atendimento para surdos em Libras e Vídeo Chamada.”

Enquanto a empresa proclama esse discurso, em uma enunciação investida de suposta participação de seus diferentes públicos estratégicos, principalmente quando se vale do pronome “nós” – que é um indicativo de eu (Claro) + vocês (públicos); esse tipo de comunicação dialógica é antinômica frente a uma série de posicionamentos que verificamos, por exemplo, nas redes sociais virtuais. Em um dos casos, um cliente registrou a seguinte queixa no *site* Reclame Aqui, compondo a polifonia marcada pela confluência das vozes do autor do texto e do próprio suporte midiático:

Me mudei para o bairro Estoril em Taubaté no fim de novembro, sendo que vir (sic) a saber que simplesmente não tem sinal da Claro no bairro. Qdo foi em 5/12 reclamei na Claro e falei sobre a situação. Nuuuuuuuca entraram em contato (sic) para resolver. Liguei muuuuuuuuuuuuuuuitas vezes e desligaram na minha cara. Meu celular ficou de enfeite em casa, total falta de respeito e comprometimento da Claro. Reclamei na Anatel e a Claro tem a coragem de retornar dizendo que não existe problema algum e que sempre entra em contato comigo. Mentira descabida, como vou reclamar de algo que foi solucionado. Jamais fizeram absolutamente nada!!!!!!!!!!!!⁶

6 Reclamação de um consumidor de São Paulo, registrada em 18 de julho de 2013, conforme consta em: <http://www.reclameaqui.com.br/5947980/claro/o-maior-absurdo/>

Há um descompasso entre a empresa que prioriza em seus discursos a inovação e a qualidade no atendimento aos clientes com aquela que aparece ocupando as primeiras posições em *rankings* que medem a insatisfação de consumidores. Vale, aqui, ressaltar que os *rankings* avaliados para a elaboração deste artigo foram os do Procon-SP (Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor) e os do *site* Reclame Aqui⁷, os quais abarcam vários setores de atividade⁸. Muito embora o nome da Claro conste entre as empresas com maior número absoluto de reclamações, entendemos que esses dados precisam ser analisados com cautela, pois podem apresentar distorções.

Número absoluto não representa, necessariamente, uma avaliação indicativa do desempenho da empresa, pois não revela a quantidade de atendimentos que não geraram queixas. Há contestações sobre a validade dessa classificação, algumas delas rebatidas pelo Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor):

Para o Instituto, os dados sobre reclamações divulgados por órgãos de proteção do consumidor são uma relevante amostragem dos problemas sofridos pelos consumidores e das principais empresas que violam os seus direitos. Além dos números absolutos, há nos rankings indicadores relativos de solução ou não solução dos problemas, que são sempre proporcionais ao número de clientes e trazem um dado qualitativo sobre o atendimento dos fornecedores (INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, 2013).

Independentemente da validade dos *rankings* e de suas eventuais distorções, cabe considerar que há desgaste de imagem e reputação para as empresas que aparecem com frequência entre as primeiras colocadas. Algumas organizações adotam como política de comunicação

7 Acesso pelo endereço: <http://www.reclameaqui.com.br/>

8 Nos dias 17 e 18 de julho de 2013, o Jornal da Record veiculou duas reportagens sobre os problemas que alguns clientes têm enfrentado em seu relacionamento com a Claro; importante destacar que o enquadramento levado a efeito foi amplamente, no nosso entender, desfavorável à empresa, já que esta teve suas respostas aos questionamentos e denúncias veiculadas somente ao final da reportagem, quando o âncora lê a resposta enviada/dada pela assessoria de comunicação.

ignorar *sites* como o Reclame Aqui, o que pode também estabelecer um viés em relação à atuação delas. Mesmo assim, as consequências dessa política de monitoramento de queixas precisam ser consideradas.

Esse conjunto de mensagens, que carregam enunciações negativas em torno da marca Claro, não apenas compromete a imagem da organização, como contradiz simbolicamente o discurso empresarial. Quando o consumidor que postou a queixa no Reclame Aqui escolhe a palavra “comprometimento” para se referir a um dos pontos fracos da empresa, ele toca em um dos valores que costumam ser incorporados quase que automaticamente nos discursos formais das organizações.

Algumas empresas prometem que a aquisição de certos produtos poderá proporcionar tal momento etéreo e levar o sujeito a pertencer ao seletivo grupo de pessoas felizes no mundo. Isso se liga intrinsecamente às dimensões estéticas e éticas das ações das organizações e aos discursos que constroem sobre si, como podemos observar na Claro e no modo como faz operar seu discurso de identidade corporativa.

A CPTM foi fundada em maio de 1992 e está vinculada ao Governo do Estado de São Paulo. Em 2011, informava atender 2,6 milhões de passageiros por dia, em 22 municípios. Sua Missão e Visão estão explicitadas em seu *site* e fazem parte de sua identidade corporativa, como um norte a ser seguido:

VISÃO

Ser reconhecida pelo usuário, pela população e pelo poder concedente como a melhor prestadora de serviços de transporte de passageiros em Regiões Metropolitanas do Brasil.

MISSÃO

Ofertar serviços de transporte de passageiros com padrões de excelência que atendam às necessidades e expectativas dos usuários e da sociedade (COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS).

Reconhecimento representa para a organização, de acordo com o enunciado de sua Visão, um requisito importante. Ao selecionar esse termo para introduzir seu discurso institucional, a CPTM transfere aos

usuários, à população e ao poder concedente a tarefa de (bem) avaliá-la. Poderia ter redigido uma Visão que não a tornasse dependente do outro, mas optou pelo foco na visibilidade – e isso tem tudo a ver com a comunicação que pratica.

Em sua Missão, fala em atender “às expectativas dos usuários e da sociedade”, mais uma vez envolvendo o destinatário em sua fala. Se por um lado esses dois discursos remetem ao interlocutor, podemos observar ao menos uma enunciação empática, quando não uma tentativa de transferência de poder na relação comunicacional. De certa forma, a linguagem indica que a organização estaria fazendo sua parte para instigar a satisfação do cliente, mas é este o sujeito que agora tem o poder de confirmar ou refutar o enunciado, demonstrando sua opinião sobre os serviços.

Por outro lado, essa construção simbólica arquitetada pela companhia de trens remete ao que Guerra (2008, p. 162) classifica como enunciados performativos, aqueles que “trazem em si o agir, que por si mesmo já realizam um ato”. Pode ter sido esse o efeito buscado pela enunciação ao selecionar os verbetes citados acima: o escrito provocaria a ilusão do reconhecimento e do atendimento às expectativas.

Pesquisa de imagem realizada em 2011 pela ANTP atribui à companhia de trens aqui analisada notas baixas em relação à percepção dos serviços oferecidos. Usuários apontaram nota final 48 para a CPTM, deixando-a na antepenúltima colocação entre sistemas de transportes públicos em São Paulo. Essa pesquisa é feita desde 1985, segundo a ANTP, no entanto, a mais recente disponibilizada é a de 2011⁹.

Com base nesse levantamento, notamos, mais uma vez, uma contradição entre o discurso empresarial formal e a percepção que os consumidores criam dos serviços efetivamente prestados. A pesquisa indica que a CPTM não é reconhecida como a melhor prestadora de serviços em transporte de passageiros em regiões metropolitanas do Brasil, destoando de sua Visão. Tampouco a Missão, que tem como

9 Disponível em: <http://www.antp.org.br/website/produtos/pesquisa-de-imagem/show.asp?ppgCode=143EB347-311A-4414-BA85-B34D2260986C>

palavra-chave a “excelência” dos serviços prestados parece contemplada em suas práxis cotidianas.

A CPTM não consta nos *rankings* do Procon-SP, mas no *site* Reclame Aqui a empresa aparece com 187 queixas registradas¹⁰, nenhuma respondida. Uma usuária postou neste veículo o seguinte texto¹¹:

Frequento a L7 há mais de 15 anos e cada vez mais o serviço vem piorando. Há pelo menos 2 anos a CPTM vem prometendo melhorias, mas aos finais de semana e feriados a L7 não funciona, está em manutenção. Fora que sempre desligam as escadas rolantes na Luz para retardar o fluxo de passageiros nas plataformas, os intervalos dos trens é igual ou superior a 15 minutos nos horários de pico, os trens são velhos e desconfortáveis, o atendimento é ruim tanto dos funcionários da CPTM quanto os agentes (sic) de operação nas plataformas e há superlotação. Certo dia, cansada de subir as escadas da Luz, no horário das 19 horas, formalizei uma reclamação no guichê na CPTM na Barra Funda, para minha surpresa, a atendente não tinha se quer (sic) caneta para que eu registrasse minha queixa. Tirei uma caneta da bolsa e escrevi. Postei duas reclamações na fan page oficial da CPTM nos dias 05.07 e 08.07 e não obtive resposta. Exijo mais respeito, empenho e comprometimento, pois a população dessa região está cansada de tanto descaso. Quando de fato essas obras vão acabar???? Exijo respostas.

Essa consumidora também utiliza o vocábulo “comprometimento” para cobrar mais responsabilidade da empresa. O relato contradiz o discurso organizacional, revelando a insatisfação da cliente com a superlotação, com a falta de retorno às reclamações, com o desconforto dos trens, entre outros itens. A empresa, por sua vez, opta por desconsiderar este canal para se comunicar com o público.

10 Consulta realizada no dia 26 de julho de 2013.

11 Reclamação de uma consumidora registrada em 8 de julho de 2013, conforme consta em: <http://www.reclameaqui.com.br/5850828/cptm-companhia-paulista-de-trens-metropolitanos/descaso-total/>. Acesso em: 26 jul. 2013.

As organizações de produção procuram controlar o mercado e dirigir as necessidades dos consumidores, manipulando os signos de consumo e configurando as relações sociais por uma sedução manipulativa, ao usarem várias ferramentas, tais como vitrines, anúncios publicitários, marca, *merchandising*, já que todas contribuem para despertar no consumidor motivações mais complexas do que aquelas despertadas pelo valor utilitário do objeto. Esse é um estratagema tanto da comunicação mercadológica como da institucional: esta, mesmo indiretamente ou sem evidenciar o produto, mostra como uma organização pode promover aquilo que nenhuma outra é capaz, por conta de sua história, dos testemunhais de empregados e consumidores e de discursos eivados de sedução e de verossimilhança.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos desafios que despontam na hodiernidade é equilibrar os elementos estratégicos, mercadológicos e institucionais, éticos e estéticos de uma comunicação que cada vez menos considera a resistência da alteridade diante das estratégias sedutoras das organizações. “Comunicar é cada vez menos transmitir, raramente compartilhar, sendo cada vez mais negociar e, finalmente, conviver” (WOLTON, 2011, p. 62).

Quem ganha e quem perde com essa disparidade abissal entre o discurso formal da organização e a percepção de seus públicos? Algumas empresas parecem ainda não ter despertado para as consequências desse abismo entre sua comunicação mercadológica e as práticas cotidianas. Não apenas os consumidores são lesados por essa discrepância, mas em médio ou longo prazo, as próprias organizações serão penalizadas, de uma forma ou de outra, pela falta de comprometimento (cobrado pelos clientes) ou pelo desalinhamento entre o que dizem e o que realizam.

A análise discursiva revela os riscos de descrédito em relação à comunicação mercadológica e, de forma mais ampla, à comunicação em geral, já que nos permite ver como certos enunciados estão eivados de conteúdos e significados. A linguagem é um modo de produção e interação social sem neutralidade, naturalidade ou inocência; nela há um espaço de concessão privilegiado à manifestação da ideologia em toda e qualquer forma de discurso, inclusive nos organizacionais.

O único freio capaz de segurar o consumo exagerado que na contemporaneidade demarca as identidades é a crise econômica, com o desemprego em massa e a ausência do crédito. Recorrendo mais uma vez a Bauman (2011, p. 157), lembramos que “a súbita escassez de crédito nos Estados Unidos fez com que muitos americanos reduzissem drasticamente seu consumo (por um tempo, pelo menos)”. Portanto, lançamos aqui apenas um pensamento crítico-reflexivo acerca da função comunicacional da modalidade “comunicação mercadológica”, já que questionar sua função social torna-se fora de propósito quando se tem o mercado como maestro da orquestra e autor da partitura.

Referências

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRANSPORTES PÚBLICOS. *Pesquisa de imagem, 2011*. São Paulo, 2011. Disponível em: < <http://www.antp.org.br/website/produtos/pesquisa-de-imagem/show.asp?ppgCode=143EB347-311A-4414-BA85-B34D2260986C> >. Acesso em: 18 jul. 2013.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

_____. *44 cartas do mundo líquido moderno*. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

BAUDRILLARD, Jean. *Sociedade de consumo*. São Paulo: Martins Fontes, 1981.

BORGES, Marcelo Moreira; TONIN, Juliana. A estratégia publicitária de persuasão e de sedução na publicidade contemporânea. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33. 2010, Caxias do Sul. *Anais eletrônicos...* Caxias do Sul: UCS, 2010. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/sis/2010/resumos/R5-3306-1.pdf> >. Acesso em: 27 jul. 2013.

- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial: políticas e estratégias*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Tradução Epherain Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.
- COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS. *A companhia*. São Paulo. Disponível em: < http://www.cptm.sp.gov.br/e_companhia/missao.asp >. Acesso em: 18 jul. 2013.
- EGGER-MOELLWALD, Lícia. *Comunicação corporativa: a disputa entre a ficção e a realidade*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- FIORIN, José Luiz. In: XAVIER, Antônio Carlos; CORTEZ, Suzana (Orgs). *Conversas com linguistas: Virtudes e controvérsias da linguística*. São Paulo: Parábola, 2003.
- GERALDI, João Vanderley. In: XAVIER, Antônio Carlos; CORTEZ, Suzana (Orgs). *Conversas com linguistas: Virtudes e controvérsias da linguística*. São Paulo: Parábola, 2003.
- GUERRA, Maria José. Contribuições da teoria linguística à abordagem da cultura e comunicação organizacional. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). *Faces da cultura e da comunicação organizacional*. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora: 2008. p.149-163.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. Em foco. São Paulo, 12 mar. 2013. Disponível em: < <http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/idec-contesta-especialistas-que-apontam-distorces-no-ranking-do-procon-sp> >. Acesso em: 18 jul. 2013.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- ORLANDI, Eni P. *Unidade e dispersão: uma questão do texto e do sujeito*. São Paulo: Cadernos PUC, 1986.
- PINTO, Milton José. Uma agenda para a análise de discurso. In: _____. *Comunicação & discurso*. São Paulo: Hacker Editores, 1999. p. 21-59.
- SIMÕES, Roberto Porto. *Relações públicas e micropolítica*. São Paulo: Summus, 2001.
- VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo: Ed. Abril Cultural, 1988.
- WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.
- _____. *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus, 2006.
- _____. *Informar não é comunicar*. Porto Alegre: Sulina, 2011.

CAPÍTULO 4

INCLUSÃO QUE “TODO MUNDO ADORA” A CONSTRUÇÃO DISCURSIVA POLITICAMENTE CORRETA NO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO PARA O CARRO *NEW BEETLE 2.0* DA VOLKSWAGEN¹

Gustavo Moreira Zanini²

Maria Tereza Mazziero de Souza³

INTRODUÇÃO

O interesse nos estudos produzidos com base na Análise do Discurso teve um crescimento extraordinário nos últimos anos. Trata-se, tanto de “uma consequência, como de uma manifestação da ‘virada linguística’, ocorrida nas artes, humanidades e nas ciências sociais” (GILL, 2002).

1 Os estudos que compuseram este artigo fazem parte dos trabalhos desenvolvidos pelos autores em suas dissertações de mestrado.

2 Gustavo Moreira Zanini: bacharel em Comunicação Mercadológica e mestrando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

3 Maria Tereza Mazziero de Souza: graduada em Letras, pelas Faculdades Integradas de Jaú e em Educação Musical, pela Universidade do Sagrado Coração, Bauru. Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo.

Nesse contexto de debates, a reflexão sobre os processos sociais e as profundas transformações culturais, filosóficas e identitárias vividas nos últimos anos motiva os estudos de natureza analítico-discursiva. O estudo sobre as relações permeadas pela linguagem, suas manifestações e impactos faz-se fundamental para que nos aprofundemos nas questões das mediações culturais.

Os trabalhos de pesquisadores de diversas áreas que se valem desta metodologia permitem o debate sobre situações ligadas, por exemplo, ao racismo, sexismo, discriminação, identidades e imaginários referentes a minorias⁴; valendo-se exclusivamente dos discursos sociais e do uso das linguagens.

Pretendemos, neste estudo, apresentar uma breve análise discursiva subsidiada pela Escola Francesa. Por isso, valemo-nos de um conteúdo publicitário audiovisual, politicamente correto por definição, e selecionado por apresentar como as orientações promovidas por essa modalidade discursiva vêm sendo empregadas.

Com origem na linguística, na década de 1970 (período considerado como início do pós-modernismo), a Análise do Discurso rejeita a noção de linguagem neutra e entende o discurso como objeto fundamental na construção do meio social. Sua base epistemológica construtivista possui, de acordo com Gill (2002), quatro características-chave: a postura crítica sobre a natureza do objeto; o reconhecimento de que a maneira como compreendemos um objeto é histórico e culturalmente específica e relativa; a convicção de que o conhecimento é socialmente construído e, por fim, o compromisso de explorar as maneiras como os conhecimentos estão ligados às ações práticas.

Respondemos, assim, a seguinte questão: em que medida o gênero publicitário promove a construção discursiva da inclusão? Para tanto, pretendemos apontar os principais elementos discursivos apresentados pelo objeto a partir de uma análise pragmática para que, desta maneira, possamos englobar vários aspectos exibidos. Segundo

4 Consideram-se grupos minoritários aqueles colocados à margem da sociedade por não se enquadrarem nos ditames hegemônicos impostos socioculturalmente. Cabe citar como exemplo os homossexuais, os judeus, os negros, e outros (HALL, 2003).

Fiorin (2011), “tendo fracassado o ambicioso projeto da Semântica Estrutural, os linguistas voltaram-se para a análise de unidades maiores do que a palavra”. Afirma o autor que Greimas⁵ “toma o texto como unidade de análise”, dividindo a semântica entre três características: “gerativa”, “sintagmática” e “geral”.

Sabemos que a produção de sentidos se dá com base na apropriação e interpretação de cada um a partir de suas experiências históricas e das mediações culturais. Por isso, as maneiras para que uma análise do discurso seja realizada de maneira efetiva são complexas e não podem ser confundidas com fórmulas, uma vez em que o receptor apresenta suas características próprias, sejam elas individuais ou coletivas:

O texto pode ser abordado de dois pontos de vista complementares. De um lado, podem-se analisar os mecanismos sintáticos e semânticos responsáveis pela produção do sentido; de outro, pode-se compreender o discurso como objeto cultural, produzido a partir de certas condicionantes históricas, em relação dialógica com outros textos (FIORIN, 2011, p.10).

Dessa maneira, torna-se possível materializar a intencionalidade, segundo Citelli (2002): “Essa exortação possui um conteúdo que deseja ser verdadeiro: alguém “aconselha” outra pessoa acerca da procedência daquilo que está sendo enunciado.”

Para esta análise, voltaremos nosso olhar tanto para os discursos audiovisuais, como para a retórica que permite a verossimilhança, sobretudo, porque nos debruçarmos em um objeto composto por uma narrativa verbal, como nos lembra Citelli (2002), ao afirmar que o texto publicitário nasce na conjunção de vários fatores, quer psicossociais-econômicos, quer do uso daquele enorme conjunto de efeitos retóricos aos quais não faltam as figuras de linguagem, as técnicas argumentativas, os raciocínios.

5 Algirdas Julius Greimas (1917-1992). Linguista lituano que contribuiu com a teoria da semiótica e narratologia.

DIALOGISMO

Fora um filósofo da linguagem que levou o tema do dialogismo à relevância central de seus estudos. Para Bakhtin apud Barros (1994, p.35): “a linguagem, seja ela pensada como língua ou como discurso, é, portanto, essencialmente dialógica. Ignorar sua natureza dialógica é o mesmo que apagar a ligação que existe entre a linguagem e a vida.

Nesse sentido, percebemos intrínseca ao estudo das relações dialógicas uma troca direta: “o homem não só é conhecido através dos textos, como se constrói enquanto objeto de estudos nos ou por meio dos textos” BARROS (1994, p.23). Esse diálogo pode dar-se entre interlocutores ou entre discursos. No primeiro caso: “A concepção de Bakhtin de comunicação é bastante diferenciada das propostas da Teoria da Informação e antecipa muitas das ‘soluções’ encontradas para a comunicação verbal entre seres humanos”. (BARROS, 1994, p. 30).

Dando continuidade a esse estudo e explorando os aspectos que permeiam essas relações partindo das concepções bakhtinianas, Malmberg e Jakobson ampliam a teoria:

Introduz-se dessa forma, no esquema da comunicação, a questão da variação linguística (sociológica e dialetológica) com aspectos como o de códigos diferentes, o da intersecção entre subcódigos, o da visão que o falante tem de sua língua e de sua variante, e a questão da variedade das funções da linguagem (BARROS, 1994, p.30).

No caso de diálogos entre discursos incluem-se dois ou mais interlocutores, mas há também relações entre discursos. Bakhtin apud Barros (2007, p.34) tece três observações acerca desse fenômeno. Nas duas primeiras, temos abordagens que englobem o contexto sócio-histórico com o outro e a concepção de texto enquanto tecido composto por diversas vozes formando discursos que se cruzam. No terceiro caso: “Se os discursos falam vozes diversas que mostram a compreensão que cada classe ou segmento de classe tem do mundo, em um

dados momento histórico, os discursos são, por definição, ideológicos, marcados por coerções sociais”.

○ “POLITICAMENTE CORRETO”

No presente estudo, dedicamos atenção ao movimento entendido como politicamente correto. Sendo assim, faz-se necessário que discorramos, ainda que de maneira breve, sobre tal fenômeno. Em termos de novas interpretações, ou em termos de um tipo de “neutralização de linguagens”, tal corrente de pensamento consiste num conjunto de medidas e princípios postulados numa tentativa de solução de problemas de ordem social. Ademais, trata-se de um movimento recente, presente em quase todo o mundo ocidental e que atravessa as esferas políticas, institucionais, pedagógicas, midiáticas e mercadológicas. Permite a mescla de correntes filosóficas, antropológicas, sociológicas, linguísticas e, de certa forma, impõe (termo esse não exatamente politicamente correto) a desconstrução de ideários valorativos e significativos componentes da instituição social. A linguagem, por sua vez, é a responsável pela sua materialização e permite o compartilhamento, sobretudo, no que se refere a indivíduos ou grupos entendidos como minoritários.

No Brasil, cabe lembrar que, devido às políticas públicas desenvolvidas nos últimos anos, o politicamente correto assumiu papel de destaque. Fora lançada, inclusive, uma cartilha oficial sobre o tema.

A Secretaria Especial dos Direitos Humanos, vinculada à Presidência da República, com vistas a colaborar com a construção de uma cultura de direitos humanos, apresenta a cartilha “Politicamente Correto e Direitos Humanos” como forma de chamar a atenção de toda a sociedade para o que o historiador Jaime Pinsky chamou de “os preconceitos nossos de cada dia” (QUEIROZ, 2004, p.3).

Assinada pelo ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva no ano de 2004, a publicação foi desenvolvida sob a supervisão do então Secretário Especial dos Direitos Humanos, Nilmário Miranda, em parceria com a Fundação Universitária de Brasília. Em meio a diversas orientações essencialmente voltadas para uma correta seleção de palavras, termos e nomes, a cartilha tornou-se alvo de fortes críticas de pensadores brasileiros e perdeu o fôlego. Porém, o tema tornou-se presente e familiar às instituições sociais brasileiras e às suas manifestações.

Tais posturas políticas, associadas fortemente às questões dos direitos humanos, foram acolhidas por diferentes países com a promessa de se modificarem os hábitos, a linguagem e o pensamento classificados, nesse momento, como preconceituosos e excludentes, ligados a uma dita parcela hegemônica da sociedade. Comprometeram-se também a incentivar a denúncia e a reivindicação de melhores tratamentos e representações em relação aos grupos classificados como excluídos e minoritários dentro de uma mesma sociedade.

Foram realizadas diversas campanhas e movimentações no sentido de buscar algum tipo de reconhecimento e melhores tratamentos, assim como de representações desses grupos através da pedra angular da inclusão. Porém, devemos destacar que os mais frutíferos movimentos dessa proposta se devem, principalmente, à incorporação desses grupos ao mercado consumidor. Lembremos que, para o consumo, todos são potenciais consumidores. Talvez, essa tenha sido, até o momento, a mais importante descoberta proporcionada pelo movimento politicamente correto.

PUBLICIDADE POLITICAMENTE CORRETA

A iconografia publicitária, concordam Maffesoli, Hugon e Mahé (apud PIEDRAS, 2007), é uma “expressão do imaginário contemporâneo”) que se apresenta na publicidade como parte integrante do “mundo imaginal”, com função de comunhão eucarística.

A publicidade classificada como politicamente correta caracteriza-se, segundo Leite (2008), por apresentar “cenários que operam a inclusão simbólica e possibilitam o trânsito de personagens representantes de grupos minoritários em condições contextuais antes demarcadas apenas a perfis hegemônicos.”

Entendamos, portanto, o conteúdo publicitário politicamente correto como aquele que opera a inclusão, de acordo, sobretudo, com as orientações da esfera política pautadas por esse mesmo esforço inclusivo. Poderíamos afirmar que, pelo simples ato de comunicar tais fatores definem essa publicidade como politicamente correta? Botelho (2006) aponta em seus estudos que esses elementos “não conseguem, por sua simples existência, assegurar que tais representações sejam, de fato, ‘politicamente corretas’. Garante-se o número, mas não a qualidade das representações”.

Na publicidade, os arquétipos e, mais precisamente aqui os estereótipos, funcionam como uma espécie de recurso cognitivo facilitador de entendimento acerca de um discurso mercadológico. Funcionam como valiosa ferramenta estratégica de persuasão, eficaz ainda, segundo Leite (2008), na (de)codificação, no armazenamento, na consolidação e na recuperação da mensagem na estrutura cognitiva do receptor.

Esses elementos arquetípicos e estereotípicos são, portanto, largamente explorados na criação dos discursos publicitários. Podemos identificá-los de maneira explícita ou implícita em diferentes níveis na construção das mensagens, dentro de um jogo promovido pela publicidade e firmado na relação emissor/receptor. É importante ressaltar que nesse contexto, muitas vezes, o significado pretendido com o uso desses elementos se dá somente no contra fluxo da mensagem, na resposta de quem recebe o conteúdo publicitário.

Cabe aqui citar o sociólogo francês Maffesoli (2001), o qual afirma que o criador dos discursos publicitários:

Só é criador na medida em que consegue captar o que circula na sociedade. Ele precisa corresponder a uma atmosfera. O criador dá forma ao que existe nos espíritos, ao que está aí, ao que existe de maneira informal ou disforme. [...] Assim,

uma visão esquemática, manipulatória, não dá conta do real, embora tenha uma parte de verdade. A genialidade implica a capacidade de estar em sintonia com o espírito coletivo.

Para esta análise, deve-se também expandir o olhar sobre o comportamento da comunicação publicitária na articulação social e direcionar atenção também à promoção do consumo simbólico, e não se considerar apenas o consumo material, o que, muitas vezes, não acontece de fato. É nesse terreno, extremamente fértil por natureza e adubado, agora, pelo insurgente movimento politicamente correto, que observamos interessantes movimentos na publicidade.

Os estudos de recepção e mediação nos mostram claramente que o receptor, mesmo que de maneiras diferentes, sempre (re)age. É com base nas reações das tramas tecidas a partir desses efeitos geradores de sentido e valendo-se de estereótipos, que a publicidade vem alinhavando o conceito de politicamente correto, atingindo, assim, diversos objetivos mercadológicos e simbólicos em torno de seus anunciantes e de suas marcas.

OBJETO E DISCURSO

Pode-se dizer que o objeto em questão apresenta um discurso aparentemente lúdico pela impressão de relação dialógica, dada às questões cotidianas e várias opções de elementos que permitem a construção da identidade de vários contingentes. Segue mesclando traços do discurso emocional e sedutor, com base em figuras dialéticas como: concessão, correção e conciliação, reforçando o posicionamento politicamente correto por meio do discurso proferido.

Embora seja construído pela alternância de representantes de diferentes grupos sociais, constrói uma aliança que os apresenta formando uma unidade. Dessa forma, o discurso procura minimizar a dicotomia exclusão *versus* inclusão. Seu caráter é eufórico, o que justifica, a partir de estados de disjunção no seu desenvolvimento, retomar

- como forma de ênfase - concluindo toda a sua argumentação em um estado de conjunção, com base na grande diversidade de grupos que “adoram” um mesmo objeto.

O texto verbal é narrativo, enquanto que o visual é descritivo. Apresenta debredagem enunciativa actancial, ou seja, de pessoa. Aqui nos baseamos novamente em Fiorin (2011, p.59) o qual “instala no interior do enunciado os actantes (eu/tu).”

Proferida em primeira pessoa, pela impressão de diálogo, camufla sua intencionalidade por meio da manipulação de tentação - uma vez em que todo mundo adora o mesmo objeto, aquele que não o adorar poderá sentir-se excluído. E, por fim, de sedução porque ao admirar aquilo que todo mundo admira, forja o poder ter.

A figura de significação de conceito também se faz presente para que se mantenha a linearidade, mesmo rente às comparações de grupos distintos. A partir dessas aparências, no entanto, torna-se possível camuflar a possibilidade de um discurso dominante e autoritário que permeia um conteúdo polifônico, carregado de questões polêmicas e contrastantes.

As personagens, quando presentes, apresentam convincente sorriso enquanto signo gestual associativo de alegria, satisfação e representatividade. Geralmente, há uma pausa no discurso verbal entre uma cena e outra. A sensação de continuidade se dá, portanto, na sequência de imagens. A pausa também pode apresentar uma função de reforço de uma ideia ou realce do conceito que a procede.

A partir de uma sequência de restrições, mostradas pelo vídeo como se fossem compreendidas pelo narrador protagonista, não somente forja a impressão de relação dialógica e de identidade com diversos grupos, pelo processo de aceitação de todos, mas, consiste em uma antiparástase, pois, é a partir da parte mais frágil e suas concessões e conciliações que ela fortalece a credibilidade em que se intenciona o “ser adorado” por “todo mundo”. Um movimento retórico interessante e bastante potencial no discurso persuasivo.

Nota-se maior ocorrência de personagens masculinas e de etnia caucasiana, em relação às pessoas que representam o coletivo. Assim,

caracteriza-se o primeiro motorista da série, àquele a quem dedicamos atenção majoritária e que servirá de base comparativa a todos os outros. Uma espécie de protagonista, representante da “maioria” e que faz concessões para os demais; retratados, em oposição, como “minorias”. Dessa forma, subentende-se o público específico a quem se destina o objeto do anúncio.

Na sequência, após a “questão das etnias” e das “mulheres”, nos deparamos com a “questão dos homossexuais”; dos “canhotos”; e os pertencentes à “terceira idade”, empregados nessa ordem. Subentende-se que todas as outras categorias são representadas por jovens heterossexuais, já que não há uma cena que se refira a esse grupo específico. Essa ausência entra em contraste, no entanto, com a proposta do discurso que é adversa a qualquer tipo de exclusão. O caráter impessoal também é reconhecido a partir do uso de figuras de dicção, ou seja, de alterações nas formas de se proferir os fonemas.

É importante que sejam explorados os elementos existentes no momento de mudança de uma cena para outra. Dessa forma, prepara-se o receptor para futuras consonâncias ou até mesmo dissonâncias. São essas passagens - muitas vezes não perceptíveis - as responsáveis pela cadência que direcionará os caminhos para que contexto e forma sejam harmonizados, tanto por meio de elementos contrastantes ou conciliadores. Os momentos a que nos referimos são aqueles em que, na cena, o discurso já fora proferido e a mensagem verbal já fora explicitada.

A continuidade (da imagem já consumada) antecede uma nova situação. Essa teia de relações permite a continuidade e o processo de assimilação que, nesse caso, faz-se possível por meio de recursos ópticos: objetos, cores, cenários e signos gestuais. Os objetos componentes do cenário possuem sutis relações de signos similares a partir da relação entre uma cena e outra.

Observa-se também, que, assim como as cenas mantém o foco nas imagens referentes ao carro, a identidade das personagens também é explorada, em detrimento dessas próprias, que permanecem em anonimato. Por exemplo: na maioria dos casos, dentro do carro, há

um “pertence” que muda de acordo com o sujeito, que representa um grupo de pessoas. O objeto é utilizado como extensão da personagem, um complemento àquilo que ela representa; àquilo a que ela se resume; àquilo que “nós” – homens, brancos e “que todo mundo adora” (retomemos o narrador protagonista) - creditamos a ela. Esse elemento também comunica o caráter “customizável” do carro. O foco, tanto da cena quanto da antecipação das mudanças, repousa nesses objetos emblemáticos. A diferença das cores denuncia essa intenção pela constatação de que as vestimentas das personagens são sempre compostas por cores frias e/ou turvas, neutras. Ao passo que os pertences decorativos apresentam cores quentes e vibrantes, marcantes dentro do cenário. Esse recurso nos permite manter o foco, mesmo que de forma inconsciente, nos objetos em detrimento aos detalhes das personagens secundárias.

Essas insígnias, tanto no que se referem às características externas quanto às representações simbólicas de mediações culturais, permitem a ligação entre uma cena e outra, ou seja, de um conceito ao outro. Ademais, a uma personagem dirigindo o carro deve-se criar uma representação simbólica referente ao coletivo, não devendo, portanto, reter-se o foco nela apenas.

A intenção de direcionar a atenção do receptor por meio do discurso verbal também é observada pela ordem em que as frases são construídas. Nota-se, diante da narração debruçada em figuras dialéticas, que o sujeito é oculto. Porém, o verbo referente ao narrador inicia as frases. O sujeito oculto mantém o verbo com essa mesma ordem de importância (início da frase) e só é transferido do narrador para outra(s) figura(s) quando os “sujeitos” a quem se refere (porém nunca revelados) se constroem com base em uma atitude de reprova e/ou resistência, por exemplo, no caso da velocidade.

A forma de exaltar o conjunto a que o público associa ao *New Beetle* não é evidenciada na campanha publicitária em questão, mas sim percebida pelo pronome em primeira pessoa do plural. O que reforça a relação dialógica com o receptor, retratando-se enquanto protagonista e trazendo uma carga associativa com os “vários grupos” citados no

anúncio. Quando a narrativa se refere a outros grupos, que podem representar carga negativa, mais especificamente no caso da reprova em relação à velocidade, o verbo na terceira pessoa do plural abstrai qualquer referencial de representação imagética ou mesmo associativa ao narrador. Isso contribui para o que receptor, além de desenvolver uma sensação de antipatia com “os outros diferentes do protagonista”, mantenha o foco naquilo que pode ver e/ou imaginar.

O discurso segue um paralelismo até que se depara com seu clímax, precedido de uma sutil preterição, para que na última frase a predileção ganhe mais corpo. Essa orientação retórica constrói uma ordem frasal que estabelece uma relação positiva ao elemento final, assinando assim, todo o conteúdo. O argumento de que “*todo mundo adora*” torna-se, portanto, incólume a questionamentos, críticas e análises mais profundas.

ANÁLISE

Locução: *Esse... é o New Beetle*.

- ▶ Inicia com pronome demonstrativo: “esse”, atraindo a atenção do público. Seguido de pausa para dar ênfase em: *New Beetle*, proferido com entoação silábica.

Locução: *O carro que todo mundo adora*.

- ▶ Alegoria: “O carro que todo mundo adora!”.
- ▶ Metonímia: “carro”; “todo mundo”.
- ▶ Metáfora: “todo mundo”.
- ▶ Hipérbole: “todo mundo”.
- ▶ Entoação silábica: “todo mundo”.
- ▶ “Todo mundo” está representado por um motorista masculino, branco e jovem.

- Constrói-se a ideia de protagonista e do perfil hegemônico dominante que, porém, fará concessões às minorias a seguir.

Locução: *Para não privilegiar uma etnia...*

- Omissão do pronome oculto: “nós”.
- Pressuposto de que o privilégio étnico tem sido um conteúdo abordado e conflituoso.
- A iconografia presente reforça ainda mais os elementos estereotípicos da etnia retratada – elementos esses que são aceitos por todos e denotam um perfil agradável, popular e talentoso num contexto “disco”.
- Ao traçarmos um paralelo entre a similaridade de seus conteúdos observamos que ao se utilizarem do vocábulo “etnia” (num contexto polêmico) na cena 3, há a presença de uma personagem. Já na cena 19, ao retomar tal questão com o uso da palavra “racismo” não há pessoa simbolizado o grupo e o foco se desloca para o cenário. Permite-se construir, dessa forma, uma relação de subentendido da oposição inclusão versus racismo.

Locução: *Trocamos o motorista.*

- Representação imagética da etnia: afro-descendente, exibindo cabelo *black power*, roupas da moda dos anos 1970 - época em que a versão original do automóvel fora lançada.
- Os traços étnicos são ressaltados.
- Os globos de cristal, pendurados no pára-brisa, simbolizam as discotecas.
- Omissão do pronome.
- Sinalefa: “motorista”.

Locução: *Para que as mulheres não se sentissem excluídas...*

- ▶ Subentende-se que se trata de um tema recorrente e conflituoso: a exclusão/preterição das mulheres.
- ▶ Presença de figura emblemática: flor cor-de-rosa vibrante.
- ▶ A representante do grupo “mulheres” é branca, magra, jovem e bela.
- ▶ Possui longos cabelos lisos e esvoaçantes.
- ▶ É a única personagem que usa óculos escuros, um ícone “*fashion*”, com forte apelo estético, além de ser emblemático.
- ▶ Curva melódica ascendente de ênfase: “excluídas”.

Locução: *Mudamos o motorista de novo.*

- ▶ Perífrase: não repete a palavra “trocamos”, substitui-se para a palavra “mudamos”.
- ▶ A câmera foca na imagem da flor para interligar as cenas.

Locução: *Surgiu então...*

- ▶ Surgimento da parte frontal do carro que adentra o quadro paisagístico.

Locução: *A questão dos homossexuais,*

- ▶ Subentende-se que a questão dos homossexuais é conflituosa e recente.
- ▶ A bandeira colorida é emblemática e desproporcional ao tamanho do carro; além de tremula, colorida e reluzente; em oposição ao cenário desértico.
- ▶ Não há personagem nessa cena.
- ▶ Anatomasia e entoação silábica: “homossexuais”.
- ▶ Podemos observar eclipse, pois se omite o termo “questão” a fim de evitar a redundância.

Locução: *Da terceira idade,*

- ▶ Simbolizando a terceira idade observamos uma personagem: de gênero masculino, etnia caucasiana, com camisa estampada (em tons de cores frias) remetendo à moda da época da primeira versão do carro.
- ▶ Esse personagem possui longos bigodes e cabelos brancos nas laterais de sua cabeça e ambos apontam para cima – nos remetendo a um idoso “moderno”, despojado e simpático por sua excentricidade.
- ▶ Símbolo emblemático: esqueleto pendurado no painel do carro. Outra insígnia, que aqui possui função dúbia: relaciona-se ao perfil do idoso moderno ou à morte próxima.
- ▶ Podemos observar elipse, pois se omite o termo “questão”, a fim de evitar a redundância.
- ▶ As características estéticas e gestuais da personagem são reforços que constroem a identidade do “idoso jovial”, moderno, com atitude. Ao harmonizarmos o esqueleto ao cenário externo e sua vestimenta, podemos fazer uma alusão uma postura aventureira, com um toque de comicidade, a fim de desconstruir a imagem padronizada e negativa relativas às pessoas idosas. Porém, há a hipótese de interpretarmos como uma ironia ao relacionar o esqueleto/caveira com a morte.

Locução: *Dos canhotos...*

- ▶ A personagem referente ao canhoto trata-se novamente de: um homem, de etnia caucasiana, jovem e belo.
- ▶ Anatomasia: “canhotos”.
- ▶ Novamente, temos elipse, pois há omissão do termo “questão”, a fim de evitar a redundância.

Locução: *De vários outros grupos.*

- ▶ Observamos a fragmentação de diversos grupos distintos, com o surgimento de vários outros *New Beetles* que são: de diferentes cores, com velocidades distintas, perfilados em triângulo. O carro de nosso protagonista permanece à frente dos demais, no topo da formação piramidal. Ele é seguido pelos demais.
- ▶ Entoação silábica: “vários”.
- ▶ O formato de pirâmide é construído pela imagem dos vários carros que se apresentam como num espetáculo de cunho artístico; todos são “guiados” por nosso protagonista.

Sem locução: Temos a figura de uma personagem branca, que usa terno, com barba e cabelos negros representa o que entendemos ser um judeu.

- ▶ Os artifícios de iluminação e ângulo permitem que a personagem de perfil apresente aparência de nariz protuberante, como característica majoritária para que o reconheçamos enquanto judeu; harmonizando-se ao fato de ser nossa única personagem ao usar terno (escuro), à sua cor branca, cabelos e barba negros.
- ▶ Sem locução: Surge a figura de uma personagem masculina, oriental e novamente estereotipada. Com cabelo liso e rosto infantil, cabelo esvoaçante e de constituição esquelética.
- ▶ O oriental não apresenta nenhum apelo ligado à estética e/ou beleza física.

Sem locução: Vemos nossa segunda personagem feminina, que sorri com ar de satisfação.

- ▶ A interação entre a mulher e os dois homens dos carros ao seu lado pode nos remeter a uma relação de abordagem romântica, sugerindo uma submissão da mulher frente a esse acontecimento, dado a sua expressão de satisfação e alegria pela disputa em torno de si.

- Dois homens a seguem com expressão de satisfação a partir da reciprocidade da interação travada com a segunda personagem feminina.

Locução: *Aí, disseram:*

- Índice de segmentação: “Aí” no sentido de dar seqüência à narrativa, após o período sem locução e onde tudo transcorria normalmente.
- Generalização: “disseram”.
- Vários carros aparecem na cena.
- Os homens seguem felizes e satisfeitos, podendo dar a impressão de “papel” (dominante) cumprido. E se afastam do foco dos receptores no momento que antecede um novo “problema” a ser enfrentado na narrativa.

Locução: *Que a gente estava estimulando a velocidade.*

- Muda-se o termo, a partir de então, de “nós” (mesmo que oculto) para “a gente”, tornando a linguagem ainda mais informal, estabelecendo proximidade, parceria.
- Não há relações evidentes de excesso de velocidade precedidas na cena anterior, bem como na cena atual.
- Possibilidade de associação da questão da velocidade à diversão, com base na reunião dos grupos (vários carros juntos).
- Entoação silábica: “estimulando”.
- Eufemismo: “estimulando”.
- Quando emite entoação silábica ao proferir a palavra “estimulando”, com base em sua significação, percebemos a conformidade expressiva em relação à reprova do excesso de velocidade. No entanto, a partir do caráter de conciliação, há ênfase na palavra, causando o efeito contrário ao conteúdo. Provável causa do eufemismo que neutraliza o sentido de “influenciar”.

- ▶ Curva melódica ascendente: “estimulando a velocidade”.

Locução: *Quando tudo parecia resolvido...*

- ▶ Antecedência (e preparação) de ideia contrastante.
- ▶ Redução entoativa e conformidade conceitual: “reduzido”.
- ▶ Locução: *Voltaram à questão do racismo por causa do fundo branco.*
- ▶ Retomada da questão da “etnia”, porém, utiliza-se do termo “racismo”.
- ▶ Tira-se o foco do carro e volta-se para o cenário. Pode-se considerar uma “pausa” no discurso não-verbal (assim como já mencionamos na pausa verbal) para dar ênfase.
- ▶ Relação de subentendido da oposição inclusão versus racismo.

Locução: *Por isso, a gente desistiu de mostrar o New Beetle.*

- ▶ “Por isso” é proferido em ritmo acelerado.
- ▶ Precedido de pausa para enfatizar a locução procedente em tom de preterição.
- ▶ A imagem se reduz a um quadro multicolorido, sem objetos ou personagem alguma.
- ▶ Figura dialética de distinção em lugar de clímax: “desistiu”.
- ▶ O fundo multicolorido pode, com base no conhecimento popular, ter relação com o sentido de diversidade. O impacto é causado com base em um paradoxo não linguístico, pois a imagem do carro deixa de ser exibida (conforme mencionado). Aqui a logomarca e a assinatura do conteúdo surgem como signos complementares.

Locução: *E das cores também por causa dos daltônicos.*

- ▶ Continua a frase sem repetir o termo “mostrar”, evitando redundância.
- ▶ O quadro que antes era multicolorido fica cinza.

- ▶ Anatomásia: “daltônicos”.
- ▶ Apócope: supressão fonética de também
- ▶ Tom de conformidade expressiva.
- ▶ A passagem do fundo multicolorido para o fundo cinza permite aos receptores do conteúdo uma alusão às pessoas que sofrem de daltonismo. A presença da figura de dicção apócope proporciona sensação de impessoalidade, o que permite uma impressão de empatia.

Locução: *New Beetle*.

- ▶ Com a tela ainda cinza deixa-se de exibir a imagem do carro.
- ▶ Uma pausa precede o proferir do nome do automóvel.
- ▶ Para forjar o poder fazer sobre a intenção anunciada na cena 20, há a ausência da imagem do carro. Porém, presenciamos a imagem escrita do nome do carro e da logomarca, assim como a pausa que antecede New Beetle como ênfase a tais elementos.

Locução: *Não é à toa que todo mundo adora esse carro*.

- ▶ Conclusão, conformidade, lítote: “não é à toa”.
- ▶ Retomada como ênfase e reforço da metáfora/metonímia e hipérbole: “todo mundo adora esse carro”.
- ▶ Aliteração: “à toa que todo mundo adora”
- ▶ Conformidade expressiva na entoação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nessa análise, que julgamos ser apreendida em níveis inconscientes, o discurso do objeto em questão apresenta linguagem persuasiva, estabelecendo um contra fluxo em relação ao público

específico para o qual, verdadeiramente, destina-se e que difere daqueles mencionados. Constrói, paralelamente, portanto, um todo simbólico junto aos demais públicos que igualmente recebem a informação. Esse segundo conjunto de receptores é persuadido a endossar e a reiterar o objetivo discursivo construído em torno, tanto do produto, quanto da personagem principal no papel de motorista.

Por meio de um narrador de gênero masculino, que forja uma relação dialógica junto àqueles mencionados, e da ausência de reforço às características específicas do automóvel, gera-se relação de empatia às reivindicações dos grupos (intitulados, na maioria das vezes, como “minorias”) em prol de um tratamento satisfatório e condigno. Constrói-se, assim, uma contra situação favorável ao conceito do carro, destinado a um público segmentado - característica camuflada a partir do discurso politicamente correto e inclusivo.

Tecemos tal informação a partir da alusão do automóvel em questão ao antigo Fusca: carro popular e de preço acessível. O discurso em questão, no entanto, camufla um público-alvo, de classe diferente à que permite traçar uma relação de identidade. Possibilita-se, desta maneira, segmentar-se de forma a esconder a intencionalidade por trás deste tipo de discurso.

As diversas estratégias de reforço são apresentadas pelas características e personagens das minorias fortemente estereotipadas. A partir da impressão de uma leitura feita pelo narrador protagonista trava-se uma interrelação com o receptor. Uma impressão de conversa direta e impessoal permite aos diversos grupos sociais mencionados uma construção da simpatia com o protagonista. Ademais, as “minorias” encontram-se no comando dos carros. Ao camuflar, sobretudo, qualquer perspectiva de segmentação, o público citado “interage” com a personagem principal com base em uma relação de verdadeira adoração, ao identificar-se às imagens e às palavras proferidas.

Pode-se, por tanto, com base na análise do discurso - agora sob um olhar mais pragmático - concluir que, nesse caso, a publicidade politicamente correta (diante da possibilidade de forjar a inclusão de personagens representantes de minorias), compreende um contexto

segmentário (estereotipado, classista e sexista). Relaciona-se, à priori, a um discurso de linguagem sedutora, que permite travar uma relação agradável e “desarmada” entre texto e receptor. Lembremo-nos de que esse conteúdo foi veiculado em rede nacional, no meio televisivo de formato aberto, tornando-se impossível restringir a recepção do conteúdo apenas ao seu público-alvo primário.

A discussão abre campo para diversos estudos e análises. Conseguimos concluir que o discurso publicitário politicamente correto aglutina diversas potencialidades quando opera a inclusão que propõe. Igualmente, quando “joga” com as identidades e imaginários sociais, através da forma como as palavras emitidas por esses discursos encontram as palavras de seus receptores, numa relação comunicacional.




Ainda há espaço, também, para reflexões éticas sobre a exploração desse jogo simbólico. Dos limites, dos males e das benesses resultantes a todos os participantes desse ato de comunicação – indo do anunciante, passando pela mídia que veicula, chegando ao receptor; sem esquecer-se do publicitário que assina o conteúdo e, talvez, principalmente, da personagem trabalhada como minoria dentro desse produto.

Os profissionais da publicidade e os pesquisadores do assunto devem ainda refletir sobre o que é e o que não é politicamente correto quando têm intenções de explorar esse terreno. A falta de delimitação observada e a correta dosimetria de articulações, nesse sentido, nos obrigam a permanecer atentos aos fluxos imaginativos que, mais do que nunca, estão plásticos - o que facilita o erro.

Referências







- BARROS, Diana Luz P. de; FIORIN, José Luiz (Orgs.). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade em torno de Bakhtin*. São Paulo: EDUSP, 1994.
- BOTELHO, Juliana. O “belo” e o bom senso: publicidade e “correção política”: Uma reflexão sobre as representações do negro na mídia. *Revista Roda*, n. 3. Agosto de 2006.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Editora Ática, 2002. Disponível em: http://jailsonramos.files.wordpress.com/2011/10/a_linguagem_da_persuasao.pdf
- FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Editora Contexto, 2011.
- _____. *Introdução à Linguística II: Princípios da Análise*. São Paulo: Editora Contexto, 2010.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- GILL, Rosalind. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2002.
- LEITE, Francisco. Por uma visão de estereótipos: as propostas e os efeitos das propagandas contraintuitiva e politicamente correta. *Revista de Comunicação e Epistemologia*. Universidade Católica de Brasília. Brasília, 2008.
- MAFFESOLI, Michel. O imaginário é uma realidade. Entrevista com Juremir Machado da Silva. Paris, 2001. *Revista FAMECOS*. Porto Alegre: 2001.
- PIEDRAS, Elisa Reinhardt. *Publicidade, Imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino*. Entrevista realizada durante o estágio de doutorado no exterior. Paris, 2007. Tese de doutoramento. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2007.
- QUEIROZ, Antônio Carlos. *Politicamente Correto e Direitos Humanos*. Brasília: SEDH, 2004. 88p.
- TODO Mundo. Produção da agência Almap BBDO. São Paulo: 2008. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=2B5B-AiFwhA>>. Acesso em 17/04/2013







Apêndice

Cena	Tempo	Locução	Imagem
1	00:02	Esse... é o New Beetle.	
2	00:04	O carro que todo mundo adora.	
3	00:06	Para não privilegiar uma etnia,	
4	00:08	Trocamos o motorista.	
5	00:10	Para que as mulheres não se sentissem excluídas,	

6	00:13	mudamos o motorista de novo.	
7	00:15	Surgiu então,	
8	00:18	a questão dos homossexuais,	
9	00:20	da terceira idade,	
10	00:21	dos canhotos...	
11	00:23	de vários outros grupos...	

INCLUSÃO QUE "TODO MUNDO ADORA"

12	00:24	...	
13	00:24	...	
14	00:25	...	
15	00:26	...	
16	00:27	Aí, disseram,	
17	00:29	que a gente estava estimulando a velocidade.	

18	00:31	Quando tudo parecia resolvido;	
19	00:34	voltaram à questão do racismo por causa do fundo branco.	
20	00:39	Por isso, a gente desistiu de mostrar o New Beetle.	
21	00:41	E das cores também por causa dos daltônicos.	
22	00:43	New Beetle.	
23	00:44	Não é a toa que todo mundo adora esse carro.	

Repetições de termos:

"*New Beetle*" - 3 vezes (cenas: 1, 20 e 22);

- ▶ "Carro" - 2 vezes (cenas: 2 e 23);
- ▶ "Motorista" - 2 vezes (cenas: 4 e 6);
- ▶ "Adora" - 2 vezes (cenas: 2 e 23).

CAPÍTULO 5

JORNALISMO AMBIENTAL APONTAMENTOS PARA UMA ANÁLISE DO DISCURSO ENGAJADO

Ana Carolina de Araújo Silva¹
Eduardo Fernando Uliana Barboza²

1. INTRODUÇÃO

Uma das mais tradicionais e antigas lições do jornalismo diz respeito à neutralidade e objetividade. Mais que preceitos, “ouvir o outro lado” e “evitar a subjetividade” já foram condições essenciais para a produção de um material jornalístico dito completo e isento, que oferecesse ao público informações que permitissem a formação da opinião sem influência direta do ponto de vista do jornalista. Oferecendo os dois lados da questão, tinha-se a ilusão de que seriam criadas condições

1 Ana Carolina de Araújo Silva é jornalista, doutoranda em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), docente no curso de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), membro do grupo de pesquisa Estudos de Comunicação e Linguagem. E-mail: anacarolaraujosilva@gmail.com.

2 Eduardo Fernando Uliana Barboza é jornalista, mestrando em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e docente no curso de Comunicação Social da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). E-mail: eduardofernanouliana@gmail.com.

para que o receptor da informação jornalística pudesse formar sua própria visão do fato, isento de “tendencionismos” que viessem do material jornalístico. Hoje, os conceitos de /neutralidade e objetividade ainda geram muita discussão, mas é sabido que um jornalismo totalmente neutro e objetivo não é possível ser feito, como discutiremos ao longo deste capítulo.

Em especial, quando tratamos sobre o jornalismo ambiental, essa questão fica ainda mais clara. Este trabalho vai fazer uma breve discussão de como pesquisadores e jornalistas desta área fundamentam o posicionamento de que o jornalismo ambiental não pode e nem deve ser objetivo ou neutro. É um jornalismo militante, engajado, um modo de vida. No entanto, como identificar esse posicionamento engajado no texto jornalístico sobre meio ambiente? Este capítulo traz algumas considerações com base na análise do discurso midiático com pressupostos discutidos e estudados por Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau.

O trabalho não tem como objetivo realizar a análise de textos jornalísticos sobre meio ambiente, mas fazer uma discussão sobre a questão do fim da neutralidade e objetividade no jornalismo ambiental e como elementos da análise do discurso poderiam ser utilizados para evidenciar o engajamento e posicionamento jornalístico nas matérias sobre esse tema.

2. OBJETIVIDADE E NEUTRALIDADE NO JORNALISMO: ORIGENS E DISCUSSÃO DOS CONCEITOS

O conceito de objetividade no jornalismo surgiu, segundo Barros Filho (2008), no final do século XIX, nos Estados Unidos.

Nesse período, o positivismo filosófico atingiu seu auge e se tornou a cultura dominante. Buscava-se, por meio dessa corrente de pensamento, o estudo do que “realmente é”. [...] Chozza (1988) propõe a seguinte simplificação: “científico”

= “verdadeiro” = “objetivo” = “formalizado” = “racional”
(BARROS FILHO, 2008, p. 14).

Também é no final do século XIX, conforme aponta Azevedo (2006, p. 36), que a imprensa comercial começa a se estruturar de modo mais sistemático. É o marco da transformação industrial da imprensa, que passa de precursora de causas políticas e religiosas – vários jornais eram, até então, fundados por partidos políticos – a pretensão “árbitro neutro”, distanciado de causas coletivas e interesses pessoais e sem a cor política ou partidária. No intuito de atingir o distanciamento do jornalismo que até então era feito, as redações passaram a adotar rotinas produtivas com a intenção de padronizar o sistema de apuração, redação e edição das notícias. Com esses procedimentos ou metodologia de trabalho, acreditava-se que seriam diminuídas as possibilidades de subjetivação da informação jornalística.

A objetividade, então, surge porque há uma percepção de que os fatos são subjetivos, ou seja, construídos a partir da mediação de um indivíduo, que tem preconceitos, ideologias, carências, interesses pessoais ou organizacionais e outras idiosincrasias. E como elas não deixarão de existir, vamos tratar de amenizar sua influência no relato dos acontecimentos. Vamos criar uma metodologia de trabalho (PENA, 2009, p. 4).

Schudson (1995) acrescenta que analisar a perspectiva de profissionalismo anti-política e anti-partidária é essencial para entender a imprensa contemporânea. E que, ao contrário do que as rotinas propunham – a busca da objetividade – esta objetividade era, na verdade, fruto do posicionamento do jornalista. Caso o repórter não queira ser objetivo em seu texto, não há metodologia de trabalho que construa sua matéria de outra maneira.

Começando no início dos anos 70, sociólogos e cientistas políticos conduziram estudos, normalmente baseados na observação etnográfica das práticas nas redações, que mostraram como os posicionamentos da mídia derivam não

de perversão ideológica intencional, mas de uma conquista profissional sob restrições de rotinas organizacionais e pressões. Para esses pesquisadores, as organizações de imprensa e rotinas da imprensa produzem posicionamentos independente dos proprietários do meio de comunicação de um lado ou da postura de repórteres individualmente de outro. A questão da objetividade ela mesma, neste ponto de vista, é uma fonte de posicionamentos. [Tradução nossa] (SCHUDSON, 1995, p. 9).³

Para Kunczik (2002, p. 262), o jornalismo objetivo significa a busca do equilíbrio. Mas essa busca pode restringir o trabalho do jornalista, pois, na maioria das vezes, o equilíbrio acaba se sobrepondo à necessidade de denúncia de um fato que precisa chegar ao conhecimento do público.

Sob essa perspectiva, Eugênio Bucci (2000) lembra que a busca pela neutralidade ou objetividade jornalística pode desviar o jornalismo de uma das razões que justificam o seu surgimento: fiscalizar o poder público e promover a transparência das ações governamentais.

A neutralidade é impossível, e a objetividade – ou o que se chama de objetividade em jornalismo – é uma conquista efêmera, não durável, relativa e precária, mas, sobretudo em política, um mínimo de distanciamento crítico pode e deve ser pretendido pelos profissionais de imprensa (BUCCI, 2000, p. 112).

Concluindo essa discussão, podemos afirmar que, ao pautar, apurar, escrever ou editar uma reportagem, o jornalista não se despoja de todos os valores culturais que traz arraigados em si. De alguma forma, na escolha do enfoque da matéria, do vocabulário utilizado ou até mesmo das fontes consultadas, o jornalista manifesta o seu ponto de vista, a maneira como vê o mundo. Portanto, ser totalmente neutro ou

3 Beginning in the early 1970s, sociologists and political scientists conducted studies, usually based on ethnographic observation of newsroom practices that showed how media bias derives not from intentional ideological perversion but from professional achievement under the constraints of organizational routines and pressures. For these researchers, news organizations and news routines produce bias regardless of media ownership on the one hand or the outlook of individual reporters on the other. The question of objective itself, in this view, is a source of bias. [texto original]

objetivo no jornalismo é impossível, pois jornalismo é feito por pessoas que carregam consigo toda experiência cultural e de valores inerentes a qualquer ser humano. Charaudeau (2012) disserta sobre o mundo filtrado pelo profissional da imprensa na construção da notícia:

Não há captura da realidade empírica que não passe pelo filtro de um ponto de vista particular, o qual constrói um objeto particular que é dado como fragmento do real. Sempre que tentamos dar conta da realidade empírica, estamos às voltas com um real construído, e não com a própria realidade. Defender a ideia de que existe uma realidade ontológica oculta e que, para desvelá-la, é necessário fazer explodir falsas aparências, seria reviver um positivismo de má qualidade (CHARAUDEAU, 2012, p. 131).

3. JORNALISMO AMBIENTAL: CONCEITUAÇÃO

Antes de entrarmos na discussão sobre o fim da neutralidade e objetividade no jornalismo ambiental, é importante delimitarmos a concepção de jornalismo que será utilizada neste trabalho.

Wilson Bueno (2008) faz uma importante e esclarecedora diferenciação entre comunicação ambiental e jornalismo ambiental.

Vamos assumir a Comunicação Ambiental como todo o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental, enquanto o Jornalismo ambiental, ainda que uma instância importante da Comunicação Ambiental, tem uma restrição importante: diz respeito exclusivamente às manifestações jornalísticas (BUENO, 2008, p. 105).

Bueno (2008) também acrescenta que o jornalismo ambiental é caracterizado por produtos – que podem ser jornais, revistas, sites etc. – que decorrem do trabalho de profissionais de imprensa. Além

disso, diferencia-se também da comunicação ambiental por ter o compromisso com a atualidade e a periodicidade. Um folheto de conscientização sobre o uso racional da água, por exemplo, é um produto da área da comunicação ambiental e pode ser distribuído uma única vez, sem nem ter passado pelo crivo de um profissional da imprensa. Já um programa de televisão que traga reportagens sobre meio ambiente está inserido no conjunto de produtos do jornalismo ambiental, provavelmente realizado por profissionais da imprensa e disponível na TV em dias e horários específicos em determinado canal.

Bueno (2008) também apresenta sua conceituação de jornalismo ambiental.

Podemos conceituar o Jornalismo Ambiental como o processo de captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental e que se destinam a um público leigo, não especializado (BUENO, 2008, p. 109).

O autor faz ainda questão de salientar que “o jornalismo ambiental é, antes de tudo, jornalismo” (BUENO, 2008, p. 111). Com esta afirmação, fica explícito que os preceitos éticos do jornalismo ambiental são os mesmos de qualquer outra área do jornalismo, em especial o caráter público que a informação toma ao ser transformada em uma matéria jornalística. Segundo Bueno (2008, p; 111), assim como o jornalismo de uma maneira geral, o jornalismo ambiental deve ter comprometimento com o interesse público, com a democratização do conhecimento e com a ampliação do debate. “Não pode ser utilizado como porta-voz de segmentos da sociedade para legitimar poderes e privilégios” (BUENO, 2008, p. 111).

4. O FIM DA OBJETIVIDADE E DA NEUTRALIDADE NO JORNALISMO AMBIENTAL

O título desse tópico repete o título de um capítulo da Beatriz Dornelles (2008) que faz uma interessante defesa do engajamento do jornalista ambiental e o reflexo desse posicionamento no material que produz. Como já foi discutido no primeiro tópico deste texto, se a neutralidade e objetividade no jornalismo são praticamente impossíveis de se obter em qualquer material produzido pela imprensa, no jornalismo ambiental isso é ainda mais evidenciado.

Frome (2008) lembra que o jornalismo ambiental é diferente do que ele chama de jornalismo tradicional. Segundo o autor, o jornalismo ambiental

[...] É jogado segundo regras baseadas em uma consciência diferente daquela predominante na sociedade. Ele é mais do que uma forma de fazer reportagens e escrever, mas uma forma de viver, de olhar para o mundo e para si próprio. Ele começa com um conceito de serviço social, dá voz à luta e às demandas e se expressa com honestidade, credibilidade e finalidade (FROME, 2008, p. 60).

Esse engajamento, “essa forma de viver” diferenciada, também é apontada em Bueno (2008) e Dornelles (2008). Beatriz Dornelles, em capítulo já citado, trata essencialmente sobre uma proposta de jornalismo ambiental pautado no fim da objetividade e da neutralidade. Ela assim justifica sua proposta:

Estou convencida de que precisamos adotar um novo estilo de jornalismo, especialmente para o acompanhamento das questões ambientais no âmbito da sociedade. Primeiro, porque precisamos pensar não só em manter a população informada sobre os acontecimentos, especialmente sobre a ação dos homens na natureza e seus efeitos, mas porque também precisamos educá-la para que, vivendo em democracia, possa se organizar e se mobilizar para exigir ações que levem

em consideração o futuro de nossos filhos e netos e de toda nossa geração (DORNELLES, 2008, p. 121).

O objetivo desse novo estilo de jornalismo, segundo Dornelles, é justamente envolver a população no debate sobre as questões ambientais.

O que queremos dizer é que a pauta ambiental precisa fundamentalmente desempenhar uma função pedagógica, sistematizando conceitos, disseminando informações, conhecimentos e vivências, ou seja, dando condições para que o cidadão comum participe do debate (DORNELLES, 2008, p. 122).

Esse posicionamento é ratificado por Bueno (2008, p. 112), que chama a atenção para as diversas organizações e grupos de interesse que procuram influenciar esse tipo de informação. Para lidar com esse jogo tão complicado, o autor defende que o trabalho de formação do jornalista ambiental deve começar nas escolas de jornalismo, para que esse profissional do futuro tenha um compromisso com a humanidade, um compromisso que se estende além da jornada de trabalho. “Consciente e capacitado, ele será militante sempre” (BUENO, 2008, p. 112).

Frome (2008) salienta que a esse profissional não basta a competência e o domínio das técnicas jornalísticas. Para justificar tal posicionamento, ele cita T.H. Watkins, professor da Montana State University, que tem muitos anos de experiência em jornalismo e edição em assuntos ambientais.

Não tente entrar nesse campo a não ser que – e até que – você o sinta em sua carne. Ele não é como contabilidade, ou vendas, ou programação de computadores (apesar de eu achar que um bom contabilista, vendedor ou programador também tenha que ter empenho pessoal em alguma medida). Parece-se mais com uma cruzada, um compromisso. Se você não se importa profundamente com o destino do mundo não-humano (uma fé que não exclui o mundo humano, mas que meramente torna cidadãs por igual todas as

espécies de vida, como afirmou Leopold⁴), nenhuma arte ou truque pode compensar o que falta a você (WATKINS, 1997 apud FROME, 2008, p. 75).

Frome (2008, p. 81) não condena as rotinas de produção jornalística no dia-a-dia do profissional que faz a cobertura sobre meio ambiente. Mas ressalta que é preciso ir além da objetividade e dos limites do profissionalismo, se utilizando dessas técnicas não para ser devorado por um sistema desgastado, mas para servir à sociedade, mesmo que isso signifique desafiar o sistema.

O jornalismo ambientalista quer encontrar e sentir a Boa Nova e espalhá-la como o evangelho. É a maneira de exercer o poder em sua vida, o poder de se juntar à definição de políticas públicas e o curso da história. Com esse poder, vem uma nova consciência de direitos humanos, de liberdade política e pessoal (FROME, 2008, p. 80).

No tópico a seguir, veremos como toda essa paixão pelo meio ambiente e a militância pela conscientização da humanidade pode se refletir nos textos jornalísticos.

5. APONTAMENTOS PARA UMA ANÁLISE DO DISCURSO NO JORNALISMO AMBIENTAL

Muitas são as metodologias que poderiam ser utilizadas para uma análise do discurso com foco no jornalismo ambiental (como em qualquer discurso midiático). Neste capítulo, no entanto, será enfocada a linha francesa de análise do discurso, com destaque para os estudos realizados por Dominique Maingueneau e Patrick Charaudeau.

Trataremos aqui o conceito de discurso, que vai além do enunciado ou do texto. Discurso, nessa concepção, é o texto em ação. Maingueneau (2001) atribui uma série de características essenciais

4 Watkins refere-se a Aldo Leonard (1887-1948), ecologista e ambientalista pioneiro norte-americano que exerceu uma grande influência no desenvolvimento da ética ambiental moderna. (N. do T. In FROME, 2008, p. 75)

ao discurso. Uma delas é que “o discurso é uma organização situada além da frase” (MAINGUENEAU, 2001, p. 52), ou seja, é uma construção social, não individual. O discurso leva em consideração não só o texto em si ou o enunciado, mas a interação entre efeitos de produção e recepção da mensagem. Dessa forma, “o discurso é uma forma de ação sobre o outro e não apenas uma representação do mundo” (MAINGUENEAU, 2001, p. 53), procurando produzir uma modificação nos destinatários.

É preciso salientar ainda que o discurso não é simplesmente a transmissão de uma mensagem do emissor para o destinatário. O discurso é interativo e constitui-se de uma construção constante de significação entre os interlocutores. A concepção de construção coletiva do discurso encontra apoio em Bakhtin, para quem todo texto é dialógico, ou seja, define-se pelo diálogo entre os interlocutores e pelo diálogo com outros textos.

[...] toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte*. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro* [grifos do autor] (BAKHTIN, 1979, p. 99).

Embora Bakhtin não seja um teórico da análise do discurso, suas pesquisas sobre a linguagem dão apoio a este tipo de análise. Para Bakhtin, a interação entre interlocutores é o princípio fundador da linguagem e o sentido do texto e a significação das palavras depende da relação entre sujeitos.

[...] Qualquer tipo genuíno de compreensão deve ser *ativo* e deve conter já o germe de uma resposta. Só a compreensão ativa nos permite apreender o tema, pois a evolução não pode ser apreendida senão com a ajuda de outro processo evolutivo. Compreender a enunciação de outrem significa orientar-se em relação a ela, encontrar o seu lugar adequado no contexto correspondente. [...] A compreensão é uma forma de *diálogo*; ela está para a enunciação assim como uma

réplica está para a outra no diálogo. Compreender é opor à palavra do locutor uma *contrapalavra* [grifos do autor] (BAKHTIN, 1979, p. 117-118).

A relação entre os interlocutores depende muito do gênero do discurso empregado. Bakhtin (1997, p. 279) denomina como gêneros do discurso tipos relativamente estáveis de enunciados elaborados em cada esfera de utilização da língua. Este capítulo trata do gênero jornalístico do discurso e, mais especificamente, do discurso jornalístico ambiental. Neste gênero, a interação entre os interlocutores na construção do discurso é essencial. Ao produzir uma reportagem, por exemplo, sobre o aquecimento global, o jornalista leva em consideração não só o texto, mas o meio de comunicação em que será divulgado, o público-alvo dessa mídia, o espaço que terá dentro do produto e, partir daí, elabora o enunciado com o objetivo de ser compreendido e, mais que isso, provocar uma mudança de atitude (já que aqui tomamos como pressuposto que uma reportagem como esta não seria apenas informativa e, intrinsecamente, traria em seu discurso engajado um apelo para a colaboração da população no combate ao problema evidenciado).

Além de todas essas características, ainda há de se considerar que tal discurso não é monofônico. Além da “voz” do jornalista que elaborou a reportagem e das fontes que foram entrevistadas e consultadas, provavelmente a matéria traz traços da linha editorial do meio de comunicação, pontos de vista evidenciados pela edição do material realizada por outro profissional, o próprio caráter gráfico dado à matéria e inúmeras outras “vozes” que fazem do discurso jornalístico um discurso polifônico. Segundo a definição de Bakhtin, emprega-se “a palavra polifonia para caracterizar um certo tipo de texto, aquele em que o dialogismo se deixa ver, aquele em que são percebidas muitas vozes, por oposição aos textos monofônicos que escondem os diálogos que os constituem” (BARROS, 2001, p. 36). É importante ressaltar que mesmo em textos polifônicos, é comum que uma das vozes apareça mais que as outras como, por exemplo, a do repórter.

Voltando ao jornalismo ambiental, é a voz militante e engajada do jornalista que predomina nos discursos. E, retomando os tópicos

do início deste capítulo, ao construir um discurso jornalístico ambiental despojado da neutralidade e da objetividade, o jornalista intencionalmente busca no seu interlocutor não apenas o receptor da informação, mas um parceiro para ações que culminem na melhoria da qualidade de vida no planeta. Outros campos da Comunicação, como a publicidade, por exemplo, também podem ter este mesmo objetivo. Mas o discurso jornalístico é, certamente, mais eficaz nesse contexto, já que goza de maior credibilidade ao ser legitimado pelo público que o consome. Sobre isso, Maingueneau (2001) argumenta que

[...] o discurso jornalístico é de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou. O jornal procura apresentar-se como quem responde a demandas, explícitas ou não, dos leitores. Quando um jornal propõe uma seção “Sua saúde” ou “Resultados esportivos”, ele valoriza a face positiva do leitor, interessando-se pelas suas preferências ou necessidades, aceitando-as como legítimas ao satisfazê-las; ele valoriza também sua própria face positiva de locutor, ao mostrar-se preocupado com o bem-estar de seus clientes (MAINGUENEAU, 2001, p. 40).

Segundo a teoria das faces ou teoria da polidez lingüística, desenvolvida por P. Brown e S. Levinson inspirados pelo sociólogo americano E. Goffman, todo indivíduo possui duas faces: “[...] uma face negativa, que corresponde ao ‘território’ de cada um (seu corpo, sua intimidade etc.); e uma face positiva, que corresponde à ‘fachada’ social, à nossa própria imagem valorizante que tentamos apresentar aos outros” (MAINGUENEAU, 2001, p. 38). No contexto das infinitas e constantes trocas comunicativas, os interlocutores tendem sempre a defender a face negativa e valorizar a face positiva. Ao tratar da legitimação do discurso jornalístico, Maingueneau dá foco justamente a esse jogo: a imprensa, ao divulgar a notícia de caráter ambiental, expõe sua face positiva, preocupada com a qualidade da vida no planeta, ao mesmo tempo em que defende a face negativa do lucro ao, implicitamente, vender uma informação de qualidade. Ao mesmo tempo, ao comprar essa informação, a face positiva do leitor é valorizada, pois

esse compartilha do discurso jornalístico, concordando e compreendendo a mensagem. Mas o sucesso do discurso jornalístico ambiental só se dá, no entanto, quando além de compreender, o interlocutor modifica suas ações no seu cotidiano com vistas à preservação ambiental ou, ainda, multiplica essa informação, tornando-se ele também um co-enunciador do discurso ambiental.

Na construção dialógica do discurso jornalístico é preciso enfatizar também a importância do *ethos* do jornalista que escreve sobre meio ambiente. Segundo Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 220), “o *ethos* designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário”. Se o jornalismo ambiental se caracteriza pela militância e engajamento, é certo que encontraremos traços claros do *ethos* do jornalista nos discursos ambientais. É imprescindível que isso aconteça, uma vez que o objetivo do discurso é engajar o alocutário na causa ambiental e não apenas fazê-lo compreender a mensagem.

Maingueneau, citando Ducrot, escreveu que “o *ethos* se mostra, ele não é dito. [...] o público constrói representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale” (MAINGUENEAU, 2005, p. 71). No caso do jornalismo ambiental, essa afirmação traz duas vertentes de entendimento. Quando pensamos nas representações do *ethos* do enunciador antes mesmo que ele fale (ou escreva, no caso), tratamos de imagens prévias ou estereótipos. O jornalista especializado nas questões ambientais é tomado, por alguns, como engajado, militante, preocupado com as causas urgentes da preservação do planeta e, por outros, como um *hippie*, implicante, revoltado e até incitador de conflitos. A leitura do *ethos* do jornalista, neste caso, muda completamente a maneira como o público vai lidar com o discurso ambiental em questão, influenciando-o de maneira a também se engajar nas questões ambientais ou passando a desprezar o assunto por completo. Bueno (2008) também chama a atenção para o *ethos* do jornalismo ambiental.

O Jornalismo Ambiental deve construir o seu próprio “ethos”, ainda que compartilhe parcela significativa de seu DNA com todos os jornalismo (especializados ou não)

que se praticam por aí. Simplesmente porque comprometido com a qualidade de vida e com o efetivo exercício da cidadania ele não pode reduzir-se à sedução do progresso tecnológico, do esforço quase sempre socialmente injusto pelo aumento do PIB e pela produção de grãos, ou espelhar-se no egoísmo desmobilizado da intelectualidade brasileira (BUENO, 2008, p. 111-112).

Charaudeau (2012) reforça a questão do crédito que se dá a uma informação dependendo do seu informador.

O crédito que se pode dar a uma informação depende tanto da *posição social* do informador, do *papel* que ele desempenha na situação de troca, de sua *representatividade* para com o grupo de que é porta-voz, quanto do *grau de engajamento* que manifesta com relação à informação transmitida. [Grifos do autor] (CHARAUDEAU, 2012, p. 52).

Quando se trata do jornalismo ambiental, a credibilidade da informação é maior quando o informador é um organismo especializado que, segundo Charaudeau (2012, p. 53), “é o caso de todos os centros institucionais encarregados de recolher e estocar informações, sendo, em princípio, os menos suspeitos de estratégias manipuladoras”.

Com relação ao grau de engajamento do informador – que Charaudeau (2012, p. 54) coloca em dois tipos – o que mais se aproxima do jornalismo ambiental militante é o qual o informador explicita seu engajamento. O autor chama a atenção, no entanto, para um efeito paradoxal desse tipo de engajamento. Quando o informador se apresenta convicto, afirmando a confiança que deposita em sua fonte, ele afirma sua sinceridade e sua adesão à verdade de sua informação, mas, ao mesmo tempo, “seu engajamento aponta para uma convicção que lhe é própria, e não para a evidência de seu dizer. Basta que se possa taxá-lo de ignorância ou ingenuidade [...] para que a explicação de seu engajamento se volte contra ele, fazendo desmoronar todo o valor de verdade do seu dizer” (CHARAUDEAU, 2012, p. 54).

Outro posicionamento do informador engajado, então, seria explicitar seu engajamento sob o modo da distância, expressando reserva, dúvida, hipótese, e mesmo suspeita.

Produz-se então um outro efeito paradoxal: o valor de verdade da informação fica atenuado, mas a explicitação do posicionamento prudente do informador lhe confere crédito, o torna digno de fé, e permite considerar a informação como provisoriamente verdadeira, até prova em contrário. Assim, os dois interlocutores estão numa posição de ponderação, de exame da verdade, de verificação da plausibilidade (CHARAUDEAU, 2012, p. 55).

Em qualquer uma das duas formas, o que torna o jornalismo ambiental diferenciado é a explicitação do seu engajamento, que tende a provocar a identificação do público para com a informação, agregando co-enunciadores e replicadores desse tipo de discurso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O tema meio ambiente está especialmente na moda atualmente. Expressões como “desenvolvimento sustentável”, “economia verde” e “preservação ambiental” têm se tornado comuns nos mais diversos gêneros do discurso. Em razão de grandes eventos mundiais que discutem o futuro do planeta e podemos citar, em especial, a Rio+20, conferência que aconteceu recentemente no Brasil, o discurso ambiental tem se tornado muito comum para o público em geral e, ao mesmo tempo, tem sido banalizado.

Cabe à imprensa manter as questões ambientais no centro da pauta de discussões, trazendo de volta a significação informativa e de mudança de comportamento que essas matérias podem gerar. Parece uma visão óbvia quando se fala em meio ambiente, mas é sabido que a questão ambiental normalmente ocupa as manchetes quando trata de tragédias ambientais, quando há eventos mundiais como a Rio+20 ou,

ainda, quando o economês toma conta dos discursos. Hoje, há muitos números e poucas soluções no discurso jornalístico ambiental.

O jornalismo ambiental que manifesta o engajamento de seus profissionais, despojados da tradicional concepção de objetividade e neutralidade, é uma das mais importantes e legítimas ferramentas de conscientização para uma mudança de hábitos em âmbito planetário. A informação sobre meio ambiente já não é mais uma questão de opção, é uma questão de necessidade. O discurso ambiental foca a permanência da vida na Terra. E isso atinge, universalmente e sem exceções, a todos os seres humanos.

Referências

- AZEVEDO, Fernando Antônio. Democracia e mídia no Brasil: um balanço dos anos recentes. In: GOULART, Jefferson O. (Org.). *Mídia e democracia*. São Paulo: Annablume, 2006.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- _____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Editora Hucitec, 1979.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso. In FARACO, Carlos Alberto; TEZZA, Cristóvão; CASTRO, Gilberto de (org.). *Diálogos com Bakhtin*. Curitiba: Editora da UFPR, 2001.
- BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na comunicação*. 6. ed. São Paulo: Summus, 2008.
- BUCCI, Eugênio. *Sobre ética e imprensa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; SCHWAAB, Reges Toni (org.). *Jornalismo ambiental: desafios e reflexões*. Porto Alegre: Editora Dom Quixote, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- _____. MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.

DORNELLES, Beatriz. *O fim da objetividade e da neutralidade no jornalismo cívico e ambiental*. Brazilian Journalism Research. v. 4, n. 2, 2008. p. 121-131. Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/index.php/bjr/article/view/167>>. Acesso em: 29 out. 2011.

FROME, Michael. *Green Ink: uma introdução ao jornalismo ambiental*. Curitiba: Editora UFPR, 2008.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul – Manual de Comunicação*. São Paulo: Ed. USP, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.

PENA, Felipe. *Imagens do risco: técnicas jornalísticas e psicanalíticas nas favelas do Rio*. Anais do 32. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba-PR, setembro de 2003. São Paulo: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0886-1.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2012.

SCHUDSON, Michael. *The power of news*. Cambridge (EUA): Harvard University Press, 1995.

TRIGUEIRO, André (org.). *Meio ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. 5ª ed. Campinas: Armazém do Ipê, 2008.

CAPÍTULO 6

O DISCURSO DO TRÁGICO NAS CAPAS DO JORNALISMO POPULAR

Rodrigo Portari¹

O JORNALISMO POPULAR

Nos últimos anos tem-se assistido no Brasil um crescimento da chamada “imprensa popular”, publicações que são pensadas e voltadas especificamente para um público-alvo bem distinto, composto em sua maioria por pessoas de menor poder aquisitivo, mas que dispõem de alguns centavos diariamente para comprar um exemplar, vendido a preços que variam de R\$0,25 a R\$0,50. Essas publicações, normalmente disponibilizadas em capitais como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Porto Alegre, São Paulo ou Brasília, têm sido responsáveis pela diminuição da tiragem de jornais impressos, mês após mês, em especial nos jornais ditos “de referência”, da imprensa escrita tradicional e seus representantes já conhecidos do público brasileiro, tais como: Folha de S.Paulo, Estado de S.Paulo, O Globo, Estado de Minas, entre tantos outros.

¹ Doutor em Comunicação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), professor do curso de Comunicação Social - Campus de Frutal da UEMG, jornalista e editor chefe do Jornal Pontal.

Em um movimento contrário à essa queda, os jornais populares registram um crescimento em suas tiragens que os levou para a condição de maior tiragem no país, com destaque, em especial, para o belo-horizontino Super Notícia (SN), com tiragem média de 300 mil exemplares por mês, de acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC), superando – e em larga escala – a Folha de S.Paulo, segundo colocado no ranking com média de 220 mil exemplares mensais.

Diante desse quadro, percebe-se que o jornalismo popular tem sido presença constante na vida de uma larga escala de leitores, fato importante para que se olhe esse “fenômeno” e assim entender a origem da força do jornalismo popular, responsável por uma herança deixada pelos jornais ditos “sensacionalistas”, tais como “Notícias Populares”, em São Paulo, ou “O Povo”, no Rio de Janeiro, cujo lema “espreme que sai sangue” era o carro chefe da publicação, com a presença de imagens e conteúdo noticioso em que figuravam de forma explícita a violência e a morte em seus mais derradeiros detalhes.

Com a extinção dessa imprensa “de sensações”, e que foi estudada à exaustão por autores como Danilo Angrimani² e Ana Rosa Dias³, por exemplo, os jornais de apelo popular passaram por um movimento de reorganização e, por consequência, de reestruturação em seu modo de fazer jornalístico que resultou em mudanças na forma de representação de suas manchetes principais. Partindo desse contexto no qual estão inseridos os jornais populares, podemos destacar que a construção do discurso por eles utilizada tem como principal meta uma “tentativa” de comunicação com seu leitor. Márcia Franz Amaral⁴ e Flávia Silva Miranda⁵, em seus respectivos trabalhos de análises dessas

2 C.f. ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

3 C.f. DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O Discurso da Violência: marcas da oralidade no jornalismo popular*. São Paulo: Educ, 1996.

4 C.f. AMARAL, Marcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

5 C.f. MIRANDA, Flávia Silva. *Aqui uma Super Notícia: os lugares do leitor em dois jornais populares*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG: Belo Horizonte, 2009.

publicações, traçam um perfil do leitor projetado por essas publicações populares, tomando como base as publicações *Diário Gaúcho* e *Super Notícia*, respectivamente. As autoras destacam que esses jornais são focados em um público essencialmente masculino, reproduzindo temas em suas capas que seriam afeitos diretamente a esse gênero, em especial, com a presença de belas mulheres em suas capas, bem como do futebol, esporte esse considerado a paixão nacional do brasileiro, status esse comprovado por pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ao apontar esse esporte como o predileto de aproximadamente 60% da população.

Se essa é a imagem projetada pelas publicações, temos, por consequência, estratégias jornalísticas preparadas em suas capas para chamar a atenção do homem que, potencialmente, vai se dirigir à banca ou à esquina para comprar um exemplar do jornal, uma vez que essas publicações não ofertam a assinatura diária para entrega em domicílio, obrigando seu público a uma participação ativa no ato de comprar o exemplar para se informar. Partindo dessa inferência, observamos em tese de doutorado, defendida junto à Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), a presença constante de temas que se repetem diariamente nessas publicações os quais chamamos de “Tríade Temática”⁶, que consiste em manchetes que envolvem: o trágico, desdobrado na figura da violência e morte em ocorrências de “bairro”, ou seja, que não

6 O conceito de Tríade Temática é fundamentado nos estudos da Escola de Chicago e o pragmatismo na Comunicação, tendo como principal enfoque o “comunicacional” e as “tentativas” de comunicação estabelecida entre o emissor, no caso o jornal popular, e seus receptores. Vale a pena destacar que esse conceito da Tríade Temática também difere o que, em outro momento, foi chamado de “Tripé Sensacionalista” por Danilo Angrimani para o entendimento do “sensacionalismo” no jornal Notícias Populares. No caso dos jornais populares abordados em nosso conceito, o contexto da discussão é outro, bem como o paradigma e forma de abordagem. Para saber mais sobre a tríade, sugerimos a leitura dos seguintes textos: DUARTE, Ricardo; PORTARI, Rodrigo. O comunicacional na Capa do Jornal Popularesco: uma Reflexão Sobre a Experiência de Leitura. Paper apresentado ao GP de Jornalismo Impresso do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM): Recife, 2011; e PORTARI, Rodrigo: O trágico, o futebol e o erotismo: a presença de uma tríade temática nas capas dos jornais populares do Brasil e Portugal. Tese de doutorado defendida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMG: Belo Horizonte, 2013.

escapam à área de produção e circulação dessas publicações; o esporte, com destaque especial para o futebol e a briga de torcidas; e o erotismo, que, quase em sua totalidade, refere-se diretamente à presença de mulheres seminuas em posições erótico-sexuais que parecem dialogar diretamente com os leitores a partir do “olho no olho”.

Dentro do contexto da Tríade Temática, chama-nos a atenção, em especial, a questão da violência e da morte nas capas dessas publicações. Esse tema tem espaço privilegiado e garantido na primeira página desses jornais, especialmente por se tratar de assunto que desperta tanto a curiosidade humana como, de certa forma, o medo de ser a próxima vítima. Curiosamente, num movimento contrário a seus “irmãos” mais velhos tidos como “sensacionalistas”, a presença da violência e da morte no jornalismo popular atual é feita por meio do texto, quase sempre sem foto, o que nos provoca também a desdobrar a forma como o discurso do trágico é constituído nessa publicação.

Partindo de Mikhail Bakhtin, para quem a palavra compõe duas faces e é “...determinada tanto pelo fato de que procede de alguém, como pelo fato de que se dirige para alguém” (BAKHTIN, 1992, p.113), é por meio da palavra que o emissor pode se definir em relação a seu receptor e ao contexto onde ambos estão inseridos. E esse é um ponto fundamental para entender o comunicacional nas capas dos jornais populares, uma vez que tanto a publicação como seus leitores dividem o mesmo espaço social e são peças fundamentais para a (re)construção do cotidiano de ambos: ao estar diante da capa, o receptor reconstrói fragmentariamente aquilo que teria sido o dia anterior, ao passo em que o emissor, ao propor um mosaico de assuntos na página, passa a organizar e hierarquizar o dia, como se pudesse sistematizar todas as complexas relações de assuntos em um espaço restrito que é delimitado pela centimetragem da capa.

Dessa forma, para que possa alcançar o seu leitor projetado e falar a mesma língua que ele, a publicação traça estratégias que permitam o compartilhamento de conhecimentos em comum, seja por meio do vocabulário ou da construção de suas manchetes. E é a partir desse ponto que pretendemos observar como os jornais populares con-

stroem seus discursos acerca do trágico, tendo em vista a tentativa de se estabelecer uma comunicação rápida e direta com aquele que é o seu leitor.

APROXIMAÇÃO COM O LEITOR

Temos dito até o momento ser o noticiário do trágico nossa principal preocupação na capa dos jornais populares. Vale lembrar que adotamos, aqui, o conceito “popular” de trágico que está enraizado na vivência dos leitores brasileiros, que é o trágico associado aos atos de violência e morte. Assim, não abordamos nesse texto as concepções clássicas acerca da tragédia, que têm raízes calcadas na Grécia Antiga e nas desventuras do deus Dionísio, mas sim, no interesse lascivo que morte e violência despertam no homem: basta passar por um acidente na rodovia ou por um local onde ocorreu um homicídio para constatar uma presença absurdamente grande de curiosos ávidos por ver ou perceber detalhes da morte do outro. A partir dessa sedução natural sugerida pelo tema, os jornais populares parecem se ocupar especialmente do tema e tendem a superlativizá-lo nas capas, mesmo que ali não haja a presença da figura do “corpo morto”. Assim, temos no texto escrito uma ponte de aproximação entre leitor e a morte por meio do discurso e a utilização de um vocabulário coloquial, que se aproxima – e muito – de uma oralidade textual.

Apesar de existir um leitor projetado por essas publicações e por se acreditar que esse público seja formado essencialmente por homens de classes sociais mais baixas, temos na enunciação um “produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor” (BAKHTIN, 1997, p.114). Por formar essa imagem do representante “médio”, é de se esperar a utilização de expressões que possam alcançar a todos

de maneira facilitada, sem que isso signifique subestimar a capacidade intelectual de seus leitores.

Uma das características do jornalismo popular é a tentativa de se aproximar do leitor de forma direta, para isso, muitas expressões da chamada língua coloquial aparecem com frequência em suas composições textuais, tecendo pontos de encontro como seu leitor de modo a atender as expectativas tratadas no contrato de leitura estabelecido entre as partes.

Sabe-se há muito que as manchetes merecem cuidado e tratamento especiais. Exposta em bancas de jornal e dividindo a atenção dos leitores, é preciso estratégias compositivas para se destacar entre as demais. São comuns nessas publicações as metáforas populares, discurso dúbio e até malícia no tratamento das informações, especialmente nos conteúdos relativos à tríade temática, já que, “a rigor, o gosto e o interesse do leitor determinam, diariamente, a construção da manchete” (DIAS, 1996, p.62). O contrato de leitura estabelecido entre leitor e o jornalismo popular apresenta características diferentes nas “maneiras de dizer”, que conferem “distinção a elas e faz com que haja identificação por parte dos leitores” (MIRANDA, 2009, p.50). É de se esperar comportamentos semelhantes, porém formas diferentes de nominar o trágico entre as publicações, mesmo havendo aproximações dessa “forma” em muitas situações.

Destaca-se ainda Mouillaud para quem o jornalismo impresso leva em consideração a postura dos leitores, seja em relação ao tempo, seja em relação ao espaço e, portanto, toda construção textual supõe a existência de outro, “e a escrita é marcada por estratégias que pretendem conquistar a atenção dele” (MIRANDA, 2009, p.45). O leitor é imaginado, projetado pelo autor, que tenta alcançá-lo da melhor forma possível, especialmente nas capas dos jornais.

É comum nessas manchetes que vítimas não sejam nomeadas e sejam tratadas por adjetivos que substituam a sua identidade enquanto pessoa. Assim, não se tem nesse discurso a presença de “José”, “Maria” ou “João”, mas sim de “Motorista”, “Pedreiro” ou “Homem”, por exemplo. A não nomenclatura das pessoas comuns envolvidas nas

tragédias, a qualificação por meio de substantivos ou adjetivos para enquadrá-los em determinadas situações, fariam parte do possível interesse do leitor por aquela publicação. A violência, a morte e o trágico se materializam nas publicações, sempre com a morte como uma espécie de limiar da notícia. Ela nem sempre é o enfoque principal do conteúdo noticioso, mas sim a forma como ela surge, se desdobra e se reflete na sociedade.

Sabe-se há muito que a forma de construção das narrativas irá interferir diretamente na interpretação textual, remontando às questões propostas por Ricoeur ao destacar a existência de um mundo do texto e outro do leitor. O autor do “mundo do texto” (jornalistas e editores) não consegue interferir diretamente na forma como o mundo do leitor será estabelecido, mas pode sugerir caminhos para essa leitura, engajando ambos em um processo de transação no qual, a priori, o discurso do jornal é tomado como “retrato do real” por ser considerado uma testemunha ocular dos fatos e um interpelador de seu público e da sociedade. A analogia ao espelho tão comum ao âmbito jornalístico mostra uma narrativa a ser interpretada e compreendida de distintas maneiras e as escolhas textuais para narrar os acontecimentos por meio das manchetes de capa são parte integrante desse procedimento.

O DISCURSO DO TRÁGICO

Ao narrar fatos trágicos em suas capas, o jornalismo popular nos dá pistas sobre como pretende projetar e construir a visão de mundo de seus leitores imaginados. Evidentemente essa não se trata de uma operação fechada e apresentar, com absoluta certeza como será a percepção dos fatos por meio de quem os lê demandaria uma apurada pesquisa de recepção, não sendo esse o nosso objetivo no momento. Dessa forma, podemos inferir por meio da leitura e análise das manchetes dos jornais populares do Brasil como se dá o processo de

construção do trágico e, mais que isso, qual é o discurso apresentado por esses impressos a nós, leitores.

Para podermos avançar em nosso propósito, elegeremos algumas capas de duas publicações de cunho popular e com circulação relevante em termos de tiragem: o belo-horizontino Super Notícias, com uma tiragem média de 300 mil exemplares diários aferida pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC), considerado no Brasil o jornal de maior expressão da linha popular e que atende a um nicho de leitores específicos. Podemos constatar a presença da tríade temática em suas capas, como já foi comprovado em pesquisas anteriores e, a partir dessa delimitação, passemos a apreciação de algumas das capas dessas publicações:



Fig. 1 - Capas do Super Notícias de 12.01; 13.01 e 25.02 de 2013

Percebe-se a utilização do verbo matar em várias flexões e variações, como “mata”, “morto”, “morre”, “morrido”. São termos que fazem parte do “modo de fazer” e do discurso adotado pelo jornalismo popular para falar das tragédias, o que auxilia na contextualização do jornal com o mundo em que, em tese, o leitor está inserido. Percebem-se, cotidianamente, outras formas de indicação do que o jornal está a dizer a seus leitores seja por meio de termos como “ex-presidiário”,

“mulher”, “tio”, “mãe”, “jovem”, “adolescente”, “deputado”, “família”, “namorada”, “cunhado”; seja pela forma como se desenvolve a ação “a tiro”, “atirada ao lixo”, “por causa do namorado”, “escreve detalhes”, entre outros.

O jornal mostra que todas essas mortes estão acessíveis a seus leitores, “disponíveis a todos, cujas histórias particulares indicam os pormenores da situação, um mapa dos perigos do mundo. São mortes próximas ou, mais propriamente, aproximadas, com estratégias que permitem zonas de contato e interseção com a vida de todo dia” (ANTUNES 2012, p.62). Some-se a esses elementos a forma de disposição dessas manchetes em suas capas: o SN utiliza, com certa frequência, a caixa alta e o itálico em suas manchetes principais, como se a publicação “gritasse” a seus leitores.

No contrato comunicacional estabelecido entre ambos as expressões e a narrativa criada pelos curtos textos que compõem as manchetes estão intimamente ligadas ao modo com que esse locutor percebe ou compreende o seu público, utilizando para isso expressões que presumidamente terão compreensões e respostas mais ativas a seu desejo de comunicar (BAKHTIN, 1997, p.324). Ao endereçar seu texto o jornal, acreditamos que esse vocabulário será compartilhado por todos sem restrição, o que reforça a linha de “jornal popular” e provoca a imersão dos leitores nesse processo interacional e uma reação responsiva.

Imersos nos conteúdos e já partilhando de alguma experiência anterior com suas capas, o leitor do SN já espera encontrar a morte e a violência materializada em suas capas das mais diferentes formas. É como se já houvesse, de antemão, uma identificação prévia das publicações com seus leitores, um acordo tácito no contrato no qual a tríade temática figura livremente, por mais que em alguma edição ou outra, algum de seus temas não esteja presente. As narrativas das capas, no entanto, não trazem qualquer tipo de aprofundamento em suas construções, provocando uma estabilização em qualquer situação: a morte acontece em si mesmo na própria manchete, como se ela se bastasse por si só.

[...] qualquer sinuosidade é aplainada por um gesto que não quer saber de nós, que nos enquadra na indiferença. Esses pequenos fragmentos de histórias que não se desenvolveram compõem, aos poucos, outra história incompleta e incessante: morremos, trágica e acidentalmente, todos os dias. Indiferenciados, somos destinados ao esquecimento, ao anonimato, à cova escura da categoria: mulher, mortos, jovem, corpos, homem, namorado, expropriados de qualquer qualidade singular. Somos apenas genericamente lembrados e somos, simultaneamente, esquecidos (LEAL, 2012, p.101).

A apresentação da morte e da violência pelos textos assume características próprias no jornalismo popular. Nas narrativas propostas pelos jornais, a morte pode ser apresentada de formas variadas, porém, com certo apelo à oralidade. Para além das variações de verbo e utilização de substantivos e adjetivos para nomear os agentes integrantes dessa morte, outra forma de aproximação notada durante a pesquisa é o apelo cômico com que algumas situações são inseridas no cotidiano dos leitores, propiciando um apelo irreverente mesmo em situações onde o trágico está em pauta.



Ao analisarmos as manchetes produzidas pela publicação, temos:

“*Mata a cunhada e fica pelado*” (manchete) / “Após matar apontada a facadas, em Guaxupé, homem saiu nu pelo corredor do prédio, chutando vidros das portas” (linha fina)

“*Programa fatal*” (manchete) / “Jardineiro xinga prostitutas e tenta fazer sexo à força, mas, durante briga, uma delas o corta no pescoço e passa o carro em cima dele até à morte” (linha fina).

“*Paga cerveja depois é morto*” (manchete) / “Lavrador foi alvo de quatro rapazes e uma moça de 15 anos, que se passaram por amigos para assassiná-lo” (linha fina).

Interessante perceber que, apesar de ser um jornal “de sensação”, o SN desenvolve uma linguagem diferente aquela adotada pelo Notícias Populares (NP), jornal mais conhecido desse ramo no Brasil. Enquanto o NP optava por títulos como “*Broxa torra o pênis na tomada*” ou “*Pegou chave e levou na tarraqueta*”, o jornal desenvolve outros artifícios para aproximar a escrita com a fala. Ao dizer “...fica pelado”, o jornal opta por trazer em sua manchete uma construção que faz com que o emissor perca a “austeridade” atribuída ao jornalismo e passe a ser uma espécie de “fofoqueiro” para o leitor. Em seguida, na linha fina, retoma os aspectos linguísticos esperados na publicação impressa ao dizer que “...homem saiu nu pelo corredor”.

Manchetes como essa suscitam o que Raquel Paiva e Muniz Sodré chamaram de “riso cruel”, cujo objetivo é buscar o riso diante da degradação do outro. Os autores apontam que esse expediente é comum em programas de “pegadinhas” como se vê, ainda hoje, em canais como SBT e Rede TV, mas que podemos adaptá-los para o expediente utilizado pelo jornal popular, no caso, o SN. Isso porque a publicação associa a morte ao cômico, num apelo para tentar chegar de forma mais direta a seu leitor por meio do riso. Essa aproximação também faz parte de um expediente comum no cotidiano da população brasileira. Um pequeno exemplo de como o riso está presente concomitante com a morte está nos tradicionais velórios, onde é extremamente comum encontrar pessoas contando piadas no entorno do caixão enquanto velam o defunto.

Ao provocar o riso nas manchetes, o jornal popular também parece resgatar essa situação e, mais uma vez, produz seu discurso do trágico de forma a provocar o leitor para comprar o exemplar. Mas, para além da estratégia mercadológica, temos uma construção de discurso característico do jornalismo popular, o que se difere dos jornais de referência, cujos manuais de redação pregam a objetividade na notícia acima de qualquer outro interesse.

Nos casos em questão, a própria manchete trava uma narrativa com começo, meio e fim, micronarrativas ao estilo de “*tweets*” que limitam mensagens a 150 caracteres. Salvo a necessidade (ou curiosidade) de saber detalhes, a dinâmica do acontecimento jornalístico está toda apresentada nessas manchetes. A morte passa a ser engraçada, cômica, como um *sitcom* apresentado aos leitores para que esses se identifiquem com o testemunho do jornal. A publicação se vale de uma técnica que chega próximo à piada, apesar de não apelar para palavras jocosas. O grotesco torna-se a palavra de ordem, sobressaindo-se mesmo à própria morte. Não é dela que se fala, mas de como ela ocorre. Toda a retórica do trágico, do grotesco, da violência e da morte é utilizada para se confortar com a degradação alheia. “...a morte cômica procura “afrouxar” a vigilância do superego e tem a intenção de descontraír o leitor. [...] Quanto maior for a “economia psíquica”, mais divertida será a piada. [...] O caminho escolhido pelo jornal sensacionalista para fazer as pessoas rirem da morte é o da caricatura, a busca da situação ridícula” (ANGRIMANI, 1995, p.118-119).

O apelo ao cômico nas manchetes faz com que a morte nem precise ser “engraçada” (se é que se pode dizer que existam mortes engraçadas). Ao reconstruir o acontecimento por meio da leitura do texto das manchetes, as cenas ganham aspectos grotescos com requintes de humor para acontecimentos trágicos. Transforma-se o fato bruto com intencionalidade, tornando visível facetas das tragédias de modo a atender a expectativa daquele leitor e garantir uma variação ao noticiar dezenas de mortes que ocorrem nas áreas de cobertura dessas publicações. A comicidade das mortes vem desde as antigas tragédias gregas. Porém, na contemporaneidade, seu apelo cômico sofre uma

inversão de valores. Ao sugerir situações ridículas recria-se para os leitores um mundo onde a violência não é tão violenta e a morte pode até ser engraçada e menos trágica.

A partir dessas construções, estabelece-se uma tentativa de comunicação com os leitores dos jornais populares, provocando uma aproximação entre aquilo que se vive no cotidiano com o que figura nas capas dos jornais. Essa é uma das fórmulas utilizadas por esse noticiário com a intenção de atingir seu público-alvo, projetando “gostos” e “interesses” possíveis e, a partir dessas inferências, construindo-se um discurso onde violência e morte, figuras ligadas ao trágico, possam integrar o cotidiano dos receptores não apenas no momento em que leem a página, mas subsidiando suas interações a serem realizadas em casa, no trabalho ou mesmo nas ruas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Bakhtin afirma que a palavra é dirigida em função do interlocutor, ou seja, o grau de intimidade manifestado pelo jornal, a escolha do vocabulário e mesmo características estéticas do texto, como tipografia, cores, entre outras, variará de acordo com o leitor imaginado pela publicação. A afirmação de Bakhtin nos dá conta de que:

A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor: variará se se tratar de uma pessoa do mesmo grupo social ou não, se esta for inferior ou superior na hierarquia social, se estiver ligada ao locutor por laços sociais mais ou menos estreitos... Não pode haver interlocutor abstrato; não teríamos linguagem comum com tal interlocutor, nem no sentido próprio nem no figurado (BAKHTIN, 2006, p.114).

Partindo dessa constatação, de que a fala é direcionada em função do interlocutor, as escolhas textuais para estabelecer o discurso do trágico no jornalismo popular demonstram a clara e manifesta intenção de aproximação com o leitor projetado. Ao adotar escolhas

textuais que se aproximam da oralidade e que suscitam o riso cruel, ao mesmo tempo em que potencializam a presença do trágico diante da tríade temática, o jornal adota comportamentos e discursos baseado naquilo que se espera de seu receptor. Essa escolha, possivelmente, reflete no interesse dos leitores em adquirir essa publicação diariamente mesmo sem a oferta de assinaturas. A identificação entre publicação e leitor é construída pela escolha dos temas e também pela forma como esse discurso é construído para eles.

Dessa forma, é possível que os leitores criem os seus “mundos possíveis” (FARRÉ, 2004) ou que embarquem no “mundo do texto” (RICOEUR, 2002) e, a partir dele, estabeleçam relações com o contexto onde estão inseridos. Essas escolhas na construção do discurso também assumem a função de ponto de interação entre as publicações e o leitor por meio da enunciação, “produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor” (BAKHTIN, 1997, p.114).

Estabelece-se, assim, um contrato de leitura entre aquele quem “diz” e aquele quem “recebe” a enunciação de forma que o discurso do primeiro é pautado na projeção de comportamento e gosto daquele que irá consumir essa informação, fazendo ainda com que “haja identificação por parte dos leitores” (MIRANDA, 2009, p.50).

Destaca-se ainda Mouillaud para quem o jornalismo impresso leva em consideração a postura dos leitores seja em relação ao tempo quanto ao espaço e, portanto, toda construção textual supõe a existência de outro, “e a escrita é marcada por estratégias que pretendem conquistar a atenção dele”. (MIRANDA, 2009, p.45). O leitor é imaginado, projetado pelo autor, que tenta alcança-lo da melhor forma possível, especialmente nas capas dos jornais. A não nominação das pessoas comuns envolvidas nas tragédias, a qualificação por meio de substantivos ou adjetivos para enquadrá-los em determinadas situações, fariam parte do possível interesse do leitor por aquela publicação. A violência, a morte e o trágico se materializam nas publicações, sempre com a morte como uma espécie de limiar da notícia. Ela nem sempre é o enfoque

principal do conteúdo noticioso, mas sim a forma como ela surge, se desdobra e se reflete na sociedade.

A escolha do vocabulário e expressões materializa a presença do trágico ao mesmo tempo em que, presentes nas outras manchetes, contribuem no processo de inserção do elemento morte como parte integrante do cotidiano desses leitores.

Referências

ANTUNES, Elton. De certezas e desvios: a experiência “modelizada” no texto jornalístico. In: LEAL, Bruno; GUIMARÃES, César; et. al. *Entre o Sensível e o Comunicacional*. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

ANTUNES, Elton. Notícias depois da morte: visibilidades e ausências no jornalismo. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.

ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo B. Mídia: um aro, um halo e um elo. IN: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V.R.V. (Orgs.). *“Na mídia, na rua – narrativas do cotidiano”*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60.

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue: Um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. *Questões de Literatura e de Estética (A Teoria do Romance)*. 4ª. Ed São Paulo: Editora UNESP, 1998.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Huicitec, 1996.

LEAL, Bruno; VAZ, Paulo et al.. Agendamento, enquadramento e noticiabilidade. In: BENNETI, Márcia; FONSECA, Virginia (Orgs.). *Jornalismo e Acontecimento: Mapeamentos Críticos*. Florianópolis: Editora Insular, 2010.

MIRANDA, Flávia Silva. *Aqui uma Super Notícia: os lugares do leitor em dois jornais populares*. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e

Sociabilidade da Universidade Federal de Minas Gerais — UFMG: Belo Horizonte, 2009.

RICOEUR, Paul. *Tempo e Narrativa*. Campinas, SP. Papyrus, 1994

SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. *O império do grotesco*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

TAVARES, Frederico. A cotidianidade do morrer na vida noticiosa: ambiguidades de um acontecimento jornalístico diário. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.

VAZ, Paulo Bernardo. Lições de morte nos jornais. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo. *Jornalismo e Acontecimento: Diante da Morte*. Vol 3. Florianópolis: Insular 2012.

CAPÍTULO 7

O LEITOR INDETERMINAÇÃO E CONFIGURAÇÃO DE LINGUAGEM EM GUIMARÃES ROSA E MACHADO DE ASSIS

Alaor Ignácio dos Santos Júnior¹
Daniela Soares Portela²

Pensar sobre leitura e leitores é abarcar um universo amplo de possibilidades. Podemos pensar nas formas físicas de leitura: sentada, deitada, em pé, no ônibus, na escola; ou subjetivas: atenta, desatenta, obrigatória ou por prazer. Podemos pensar nos tipos de leitores: repertoriados, incultos, ignorantões (como brincava Machado) ou doutores (para Riobaldo). Mas, o leitor que nos interessa, neste artigo, é um elemento simbólico de estruturação de duas narrativas brasileiras: *Grande Sertão: Veredas* (1956), e *Memórias Póstumas de Brás cubas*, (1881).

Nas veredas de Rosa, a figura do leitor funciona como a configuração de uma certa nostalgia do corpo. A “saudade do corpo”,

1 Alaor Ignácio dos Santos Júnior é professor do Curso de Comunicação Social da UEMG- FRUTAL e desenvolve projeto de doutorado em Comunicação e Semiótica, na PUC – SP sob o tema: “Os gêneros musicais nos jingles publicitários: do fado da padaria ao rap do carro zero”.

2 Daniela Soares Portela é professora do Curso de Comunicação Social da UEMG- FRUTAL e desenvolve projeto de pós-doutorado na UNICAMP sobre o experimentalismo estético em Mário de Andrade, com bolsa CNPQ.

expressão cunhada pelos estudiosos dos meios técnicos de comunicação, pode oferecer uma porta de entrada para uma percepção estilística e formal da composição do romance de Guimarães Rosa. Antes de mais nada, seria oportuno esclarecer que essa expressão refere-se a uma certa nostalgia da presença de outro ser humano que abateria um indivíduo quando lê. Imagem romântica. No Brasil, poucas pessoas leem. Talvez menos ainda sintam saudade do outro quando estão lendo. Mas como o projeto literário de Guimarães, se a imagem idealiza uma relação de integridade entre o eu e uma alteridade significativa, ela também é afirmativa da vida, apesar dela.

O livro, como veículo de comunicação, seria um instrumento perverso, sob o ponto de vista do convívio humano. Ao mesmo tempo em que transmite uma mensagem, ele também autoriza a substituição do corpo do emissor pelo corpo de papel. É na recuperação do corpo (humano), não mais representado pelo papel, mas recriado por ele, que o sertão rosiano pode ser lido como uma encenação da presentificação do outro. Mas além dessa sociologia da leitura, *Grande Sertão: Veredas* autoriza inúmeras e já divulgadas leituras.

É mais um dos livros regionalistas que procuram na forma de expressão a fixação de um conteúdo nacionalista. Nessa linha, enquadra-se no regionalismo trilhado por Afonso Arinos e Euclides da Cunha, como aponta Candido, 1968. Por essa interpretação, Rosa faria uma estilização das narrativas épicas, em que o leitor entra em contato com uma história que narra aventuras passadas de um herói. O tempo narrativo da representação ficcional é necessariamente o passado.

Caso esse tempo pretérito (que obviamente existe, como em toda a narrativa de moldura autobiográfica, alguém que viveu determinada experiência, vai contá-la posteriormente), seja deslocado para o presente da ficcionalização do enredo ou para a representação do devir, como aponta Hansen (2006), teríamos duas outras possibilidades de leitura que inscrevem a obra respectivamente na tradição das narrativas performáticas (aquelas que interseccionam dois planos de representação, a história contada e o contar da história) ou na tradição moderna em que a própria ficção passa a ser ficcionalizada, por meio

de um engendramento sensível entre linguagem e materialidade impressa da obra. Essa última, radicalização da primeira, vai lentamente apagando a fábula para instaurar o procedimento narrativo como elemento de representação.

Vamos, neste texto, tentar uma articulação entre essas duas possibilidades, ignorando a primeira (nacionalista).

Guimarães Rosa (1908 – 1967) propõe como estrutura organizacional de suas narrativas no conto “Cara de Bronze” como a busca do “quem” das coisas. Uma discussão pré-socrática pela qual a unidade/diversidade das coisas (o porquê de um só conceito ser capaz de nomear a diversidade dos seres) é evidenciada pelos enredos de várias de suas narrativas.

Mas essa discussão não recebe uma determinação única. Quando em *Grande Sertão: Veredas*, analisamos o sentido construído do texto a partir do tempo presente, aparentemente Rosa propõe uma solução de identidade, (leitura apontada como “mística” pela crítica). Logo, a diversidade das coisas, unidade do signo que se identifica com a existência de Deus, e na unificação metafórica da divina trindade. Essa leitura contextual é plenamente justificada pela propagada religiosidade do autor. Foi amplamente divulgado que Guimarães era excessivamente católico, a ponto de rezar o terço enquanto viajava de táxi, por exemplo.

Mas, quando o enredo é acompanhado sob o ponto de vista temporal do leitor, e, portanto, de um contínuo porvir de imagens e peripécias, o tempo futuro se configura como elemento de estrutura da apresentação da fábula e o aparente equilíbrio se desfaz. Basta lembrar que, em *Grande Sertão: Veredas*, o leitor só será informado da identidade de Diadorim, no tempo em que Riobaldo o sabe, na fábula. Logo, o ficcionalizado ato de contar a história na situação de comunicação instaurada também ficcionalmente pelo enredo, aponta para uma ordenação vindoura das peripécias.

Caso isso se dê, não há mais uma solução sintética para a tensão entre a unidade/diversidade dos seres. Nessa leitura, a indeterminação se configura como principal conteúdo da fábula e também da forma. Vejamos.

Como presente da narração, temos a seguinte circunstância: um jagunço, já velho, inculto, é inserido num código de cultura medieval, cujo valor da honra é determinante das ações e avaliações desses atos, num contexto de violência. As peripécias advindas desse enquadramento são narradas por três dias a um doutor culto da cidade – embora a leitura do livro extrapole, e muito, três dias – cujo código de ação prevê, civilizadamente, a mesma realidade do leitor.

Obviamente, esse deslocamento de referências culturais campo/cidade; sociedade organizada por um código medieval/sociedade organizada por um código civilizado cria vazios de sentido. Esses vazios são preenchidos pelo imaginário que uma situação real de comunicação oral autoriza supor.

Ou seja, aquilo que o doutor (identificado com o leitor) não entende, é pressupostamente explicado. Como não há marcas linguísticas dessa explicação por meio de palavras, essa ausência textual “pressentifica” o corpo. Entende-se que Riobaldo, além daquilo que fala, complete o sentido de sua fala com gestos, pausas, tons de voz, timbres, respiração, olhares, sorrisos (esse processo é exemplar em “Meu Tio o Iauaretê”). Enfim, signos presentes numa comunicação em que o corpo é necessariamente funcional enquanto representante de conteúdo significativo. Há, portanto, um processo de tradução de significados. Mas, não se pode afirmar que essa tradução seja exata de um código oral para outro escrito. O mesmo Riobaldo que propaga, pela fala, a linguagem popular e inculta do sertão, com figurativizações próprias daquele espaço, como “veredas e buritis”, desnorteia (ou desmatreia, para usar um termo do conto “Desenredo”) o leitor por meio de inscrições do repertório culto letrado, como referências a *Dom Quixote*, *El Cid*, e como aponta Hansen (2006), Plotino, Marsílio Ficino, Bérghson e Berdiaev, para restringirmos a poucos exemplos.

Essa articulação entre uma dupla tradução, do culto para o popular e do popular para o culto obviamente instaura uma leitura da diversidade dos seres, a partir do suporte técnico de circulação da mensagem. Para isso, basta lembrar as características que configuram o livro impresso. O livro para ser definido como livro pressupõe:

sucessividade numérica de paginação; enumeração das páginas; fragmentação do texto; ordenação das ligações entre as páginas do livro. O livro tem, portanto, sequência interna. Mas *Grande Sertão: Veredas* torna-se um não-livro.³ Guimarães explode a moldura do livro, à medida que solicita, simbolicamente, a completude do sentido pela presentificação de dois corpos que conversam: Riobaldo e o doutor/leitor.

Dessa forma, é válida a reflexão de Sússekind (2004, p. 459) quando afirma que:

A contestação do livro, como “objeto bem caracterizado dentro de um passado literário codificado de seus ritos culturais”, acrescentaria Haroldo de Campos, “começa aqui, desde logo, pela materialidade, pela fisicalidade desse objeto”. Pois, talvez, uma das convenções mais arraigadas na percepção habitual do livro seja a de depósito discreto de um conteúdo representacional, este sim objeto de real atenção. Nesse sentido, os livros e técnicas de registro e inscrição, cujas imposições materiais e características estruturais, cuja exposição da própria produção gráfica, plástica, se tornam dimensões fundamentais do processo de composição e significação, aproximam-se das práticas de escritura que, vinculada a uma tradição literária de crítica da representação, têm em comum a recusa a reduzir o livro e a língua a uma função instrumental de representação e comunicação de uma mensagem e a afirmação – com frequência via invenções, alterações e criações verbais – da “materialidade da palavra e da língua”.

Não só em *Grande Sertão: Veredas* acontece isso. Em “O recado do Morro”, (ROSA, 2001, p. 27) há uma passagem exemplar desse processo. Na abertura do conto lemos: “Sem que bem se saiba, conseguiu-se rastrear pelo avesso um caso de vida e de morte [...]”. A letra “esse” torna-se um dêitico inscrito na página, à medida que no segundo parágrafo ela é retomada como desenho da estrada para a qual se quer

3 Para uma leitura mais detalhada desse processo ver: SÜSSEKIND, Flora. “Não-Livros”, In: DIAS, Tânia; SÜSSEKIND, Flora. (Org.). *A Historiografia literária e as técnicas de escrita: do manuscrito ao hipertexto*. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2004, p. 442-488.

apontar: “Desde ali, o ocre da estrada, como de costume, é um **S**, que começa grande frase” (ROSA, 2001, p. 27). Ora, não há outra “frase que começa”, além daquela inscrita como elemento inaugural do texto.

Mas além desses elementos que se articulam como desenhos, muito comuns à linguagem oral, na produção e compreensão de sentidos diversos, a forma de produção da linguagem experimental própria de Rosa constrói uma materialidade linguística que transporta *Grande Sertão: Veredas* para além do registro usual de construção literária impressa. Vamos ignorar a possibilidade de Guimarães ser apenas um neoparnasiano com o objetivo de dificultar a leitura de suas obras. A escritura difícil de Rosa obviamente que extrapola a ornamentação retórica, e possibilita a percepção do uso voluntário de um programa narrativo que discute a própria narratividade como atividade humana.

No ensaio já citado, Hansen (2006) apresenta o seguinte percurso de análise: a linguagem de Riobaldo mobiliza um sentido indeterminado de discurso porque não inscreve no papel o mundo exterior, num processo de representação direta entre significado e significante convencional e imotivado. Quando Riobaldo fala, materializa uma língua, que nas palavras do crítico, faz uso de um processo de deslocamento da língua literária e de sua convenção que refuta a “morphe” mimética ou determinação sensata da forma da expressão e da forma do conteúdo recortadas diferencialmente de um fundo [...]” (HANSEN, 2006, p. 13), como em:

Os usos soltam o fundo, não só como fundo ou substância da forma, mas principalmente como indeterminação semântica muitas vezes interpretada como não-simbólico. Evidentemente, é artificialíssimo como dispositivo moderno teatralizador de ideias, sendo comparável ao dispositivo que Deleuze propôs quando leu o Mallarmé de *Mimique*, pois é operado para figurar não só eventos, ações, coisas e estados de coisas como objetos do movimento, mas pela ideia de inventar a forma como o movimento mesmo, o “balancê” de Riobaldo, por meio da transposição de classes e categorias gramaticais, da estrutura sonora dos signos, das rupturas sintáticas e da imprevisibilidade semântica que fazem o texto ser enunciado como efeito da ação de uma terceira margem da linguagem, a do

sentido, que Rosa chamava de “indizível” e que o leitor recebe como indeterminação (HANSEN, 2006, p. 13).

Esse uso linguístico é possível porque o livro não é mais o espaço de fixação do conteúdo literário que se descola da realidade. Ele passa a ser índice de corpo comunicativo que se movimenta pelo espaço criado entre emissor da mensagem e o receptor. Ora, Hansen (2006) ainda chama a atenção para o fato de que a indeterminação linguística criada pelos deslocamentos da linguagem rosiana solicita uma leitura de perto. O leitor (ouvinte) deve aproximar-se, especialmente para entender o texto. Ao mesmo tempo, a inscrição literária nos remete a outros livros como, por exemplo, “do capítulo XXV da 2ª parte de *Dom Quixote*, em que o diabo passa levantando “*caramillos en el viento y grandes quimeras de nonad*”, estilizada em O diabo na rua no meio do redemunho” (HANSEN, 2006, p.13).

Não só o movimento da leitura pressupõe a materialidade do corpo como elemento constitutivo da leitura. A forma como a memória do leitor é mobilizada, também remete a leitura da obra para um contexto anterior ao mundo da circulação do livro.

Riobaldo inscreve no corpo do livro (páginas) a sua determinante de leitura. O que dizer, por exemplo da seguinte passagem:

“E chegamos! Onde? A gente chega, é onde o inimigo também quer. O diabo vige, diabo quer é ver... a pois! Sincero, senhor: os campos do Tamanduá-tão; o inimigo vinha, num trote de todos, muito sacudido. Se espandonva: vinte páginas... (ROSA, 1967, p. 413)”.

Na ficção rosiana, como indica Martins (2001) *espandonvar* aponta para dois significados: percorrer caminho e estragar-se, machucar-se. Se percorrermos o caminho de 40 páginas (e não vinte, na 5ª edição da obra) chegamos ao fim do romance. E nessas vinte páginas temos a cena da morte de Diadorim, seguida do dilaceramento emocional de Riobaldo.

Portanto, se não é o discurso de Riobaldo que recupera uma ação passada, uma vez que o leitor a conhece a partir da ordenação do futuro, a memória do leitor já não pode mais ser a de uma leitura construída pela sucessão dos fatos, como aponta Sússekind. O leitor é obrigado a movimentar espacialmente as páginas e completar, por exemplo, o sentido da página 413 na 468.

E quando chegar aí, terá que voltar novamente pelas 468, pois o narrador impõe esse caminho a nos confessar que esteve “a copiar” o seu destino. Copiar de onde? Da matéria ficcional inventada que acaba de nos ofertar.

Para Hansen (2006, p. 14), a grande novidade de *Grande Sertão: Veredas* “decorre do fato de que as referências letradas da cultura ilustrada dessa “brasilidade” são deglutidas pelas representações da oralidade sertaneja inventadas pela mesma cultura letrada.

Sendo assim, a obra seria a invenção de uma representação, a da cultura popular pela cultura erudita. Na encenação agônica e erística da voz de Riobaldo⁴ passam os dramas da vida de um jagunço, atemorizado pela proximidade da morte e pela possibilidade mítica de venda da alma para o demônio. Mas passa, junto com ele, o drama do leitor, numa representação de sentidos esvaziados e descolados de seus lugares cartesianos, pois o sentido dado já não é mais aquele organizado no comum dos livros. A ordem não é mais sucessiva, a racionalidade não é o elemento de construção de sentido do universo ficcional de Guimarães Rosa.

Ao encenar a voz do sertanejo, Rosa mobiliza a totalidade dos discursos de “brasilidade” sobre a cultura popular. E ao mesmo tempo, fragmenta essa totalidade, demonstrando a falência do projeto político de tentar explicar a alteridade do sertanejo pela lógica do urbanizado. A imaginação de Riobaldo não é reprodutiva de um discurso. Ela é criadora. Não há tradução para a cultura letrada, ou pelo menos, não

4 HANSEN, João, Adolfo. *Forma e indeterminação em Grande Sertão: Veredas*, palestra proferida em 12/5/2006 no Instituto de Estudos Brasileiros da USP, p. 15.

a totalidade dessa tradução, pois não há a unidade de representação da nacionalidade, nem ao menos a unidade de um projeto único de nação que possa encontrar a totalidade da identidade cultural do Brasil.

Diferentemente de Rosa, para quem a indeterminação da linguagem articula a relação entre texto escrito e ficcionalização de uma leitura encenada, para Machado de Assis (1839 -1908) a figura do leitor (ou da carência dele) serve de ponto de partida para uma reavaliação estética do seu projeto de escritor.

De forma específica, verificaremos como a recepção crítica de *Memórias Póstumas de Brás Cubas* (1881), bem como a realidade social, econômica e cultural do Brasil do período criam uma imagem do público leitor que interfere nos procedimentos estéticos constitutivos do texto machadiano.

Ao buscar uma originalidade estética (critério de avaliação positiva para os escritores burgueses), e ao mesmo tempo, manter a audiência, Machado desenvolve uma série de estratégias romanescas que confere um tratamento simbólico e formal ao livro enquanto existência física e suporte da narrativa. Nesse sentido, investigaremos o processo de interação entre literatura e história, enquadrando as *Memórias* dentro de uma chave de avaliação de produção, distribuição e valorização social da obra artística na sociedade oitocentista.

A consciência do veículo de expressão está tratada recorrentemente na literatura machadiana, como aponta o estudo realizado por Baptista (1998). Muito provavelmente tal recorrência se deva à percepção, por Machado de Assis, de que, em meados do século XIX, a população alfabetizada era em número reduzido, que a educação formal se realizava nas casas dos tutores, uma vez que havia poucas escolas, e que os leitores da época eram constituídos por jovens estudantes, funcionários públicos e mulheres “avançadas”, que ainda se dividiam entre as obras brasileiras e importadas.

Esse tema recebe tratamento específico, com procedimentos artísticos que oscilam entre a ironia que estabelece um diálogo direto com um leitor imaginário, e várias estratégias de estruturação das *Memórias Póstumas*, como a estrutura de abismos dos vários planos

ficcionais, (pela qual o leitor é transferido de página à página, num movimento infinito de comutações de leituras) o jogo de espelhos (cena em que Virgília, personagem da obra, aparece lendo as *Memórias*) ou seja, índices que delimitam de um estilo modular que põe em tensão ludicidade, ironia e imaginação num pólo e trabalho rigoroso aliado à consciência crítica de outro.

Vamos pensar no primeiro índice. O leitor feito de brinquedo, por um Brás cubas brincalhão, que ordena que o primeiro salte páginas, releia outras, ou volte a alguma que eventualmente leu de forma desatenta.

Uma leitura que obedecesse às ordens que o narrador, ludicamente, profere, seria impossível. Quando Brás Cubas sugere, apenas, que releia capítulos ou pule capítulos, a leitura se desenvolve. Mas quando exige que o leitor retome passagens que cristalizam uma leitura tautológica, a sequência da decodificação da obra fica emperrada. Entretanto, essa leitura, em que um capítulo retoma outro infinitamente, tem uma funcionalidade na obra. Cria uma performatividade da leitura (SILVA, 2006). E com ela, propõe duas diretrizes interpretativas para o livro. A primeira refere-se à discussão proposta por Pareyson (1950, p. 3-29) sobre os quatro conceitos de verossimilhança. A segunda, a discussão de Eco (1993) sobre a obra aberta em movimento. Nesse segundo sentido, o experimentalismo radical das *Memórias* encerra uma discussão sobre a materialidade da comunicação na produção de sentido do texto. É apenas esse aspecto que nos interessa abordar aqui.

Como *Memórias* é um livro divisor de águas da obra machadiana, antes de qualquer análise, é interessante definir a hipótese de trabalho que nos orienta. A hipótese considerada para este ensaio é a de que as *Memórias* surgiram quando Machado descobre que sua audiência era pequena porque o Brasil não tinha “leitores alfabetizados”. E a partir daí, passa a engendrar na construção de seu romance, estratégias narrativas próprias da crônica de folhetim, gênero mais popular entre os leitores da época, por ser “leve” e de fácil compreensão. Associa à incorporação da crônica, alguns experimentos estéticos próprios da

narrativa que poderiam responder à solicitação de originalidade, exigência feita aos escritores burgueses.

Um estudo sobre a produção de crônicas de Machado de Assis, solicita, antes de mais nada, uma delimitação precisa sobre aquilo que será estudado.

Já numa leitura rápida e superficial o interlocutor percebe enorme variedade de temas, tons e principalmente formas de abordagens do leitor/ouvinte. A extensão dos textos também varia, mas há uma ordem decrescente, (e isso talvez explique os capítulos curtos das *Memórias*), principalmente depois de 1876, quando foi publicada uma pesquisa realizada, pelo Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, iniciada quatro anos antes, denunciando a precariedade do ensino nacional e o consequente índice de analfabetismo no Brasil: 84% da população não sabia ler. Sobre esse aspecto, Guimarães (2004, p. 88) afirma:

Há muito se sabia da restrição e precariedade da instrução no país, mas os dados do recenseamento caíram como uma bomba sobre o Brasil letrado. O recenseamento geral, iniciado em 1º de agosto de 1872, teve os trabalhos concluídos quatro anos mais tarde, quando tiveram ampla divulgação na imprensa. Todos os principais jornais da corte trouxeram na edição de 5 de agosto de 1876 o texto do ofício assinado por Manoel Francisco Correia e dirigido ao ministro e secretário de estado dos negócios do império, José Bento da Cunha e Figueiredo, com os dados coletados pelo censo.

Esse período será o eixo de organização da hipótese proposta: a incorporação da crônica é a responsável pela virada estética de Machado.

Como a crônica carrega, por definição, um elemento de vinculação com a realidade, geralmente cotidiano, organizaremos um panorama da situação ideológica e histórica percebida por Machado de Assis entre 1859 – 1876. Portanto, o enquadramento do escritor, relatado pelas crônicas, dentro da ideologia edênica, diagnosticada por Holanda (2000) em setembro de 1958, como a raiz ideológica que sustentava a relação entre colônia e império.

Depois dos famigerados resultados do censo, a partir de 1876, (que Machado diminui para 70%, sabe-se lá porque), as crônicas serão analisadas enquanto questionamento do próprio veículo do qual se valia o escritor para comunicar-se com seus leitores (a baixa audiência, como assinala Machado).

A partir desse período, percebemos que Machado tem uma clara consciência das alterações do papel do escritor na sociedade brasileira. Essa consciência chega, inclusive, à discussão da linguagem própria ao veículo (canal de comunicação) que o escritor usava. Candido (1998, p. 26) observa que a técnica romanesca machadiana era refratária às duas criações francesas que à priori estariam modernizando o romance: “o romance que narra a si próprio, apagando o narrador atrás da objetividade da narrativa, técnica sistematizada por Flaubert, e o inventário maciço da realidade, observada nos menores detalhes, preconizado por Zola”.

Diante dessas inovadoras técnicas de representação romanesca, Machado responde cultivando “[...] livremente o elíptico, com bisbilhotice saborosa, até brincar com o leitor, (ibidem)”. O que nos interessa discutir é por que Machado tornou-se refratário às formas de representação do século XIX.

Nesse momento, é necessário recordar alguns pontos teóricos sobre o gênero crônica: os temas que esse gênero incorpora são não apenas cotidianos, mas também exemplares (SÁ, 1985); o veículo moderno da crônica é o jornal. Por isso, esse gênero é efêmero (o jornal de hoje embrulha carne no açougue amanhã) e, ao mesmo tempo, deve procurar manter uma interlocução constante com os leitores, uma vez que por meio de cartas aos painéis dos leitores ou à redação, é possível que cronista e leitor se comuniquem. Daí também o caráter coloquial da linguagem, que num primeiro momento, na crônica, serve como um instrumento de comunicação, aparentemente despida de literariedade (pelo menos do tom retórico que muitos autores atribuem a essa propriedade do texto literário).

É exatamente no tom de coloquialidade que Antonio Candido observa a matriz formal do “tom machadiano”. Como se o escritor

fosse “um espectador das circunstâncias da vida que retrata sob um aspecto nu e sem retórica, agravados pela imparcialidade estilística [...]” (CANDIDO, 1998, p. 27).

Esse tom, de quem conta sobre a vida como se estivesse fofocando⁵ com o leitor, é uma das características ancestrais da crônica e permite a aproximação entre escritor e audiência, buscada por Machado.

Inicialmente, nas crônicas, os temas que envolviam essa fofoca eram pertinentes ao desenvolvimento social do Brasil do século XIX. Machado parecia acreditar que o Brasil tornar-se-ia o Éden prometido pelos idealizadores das navegações. Um lugar de fartura prometido por Deus e antevisto na Bíblia⁶, cujo vaticínio, Padre Antonio Vieira teria desmistificado à luz da história do século XVII:

Trabalharam muito os intérpretes antigos por acharem a verdadeira explicação deste texto; mas não atinaram nem podiam atinar com ele porque não tiveram notícia nem da terra, nem das gentes de que falava o profeta [...] que falou Isaías da América e do Novo Mundo se prova fácil e claramente. Pois esta terra que descreve o profeta que está situada além da Etiópia é a terra depois da qual não há outra, estes dois sinais tão manifestos só se podem verificar da América [...] Mas porque Isaías nesta descrição põe tantos sinais particulares e tantas diferenças individuantes, que claramente estão mostrando que não fala de toda a América ou Mundo Novo em comum, senão de alguma província particular dele [...] Digo primeiramente que o texto de Isaías se entende do Brasil (CHAUI, 2000, p. 77).

5 Machado chega mesmo a atribuir a origem da crônica a duas vizinhas fofoqueiras, que saíram à rua para reclamarem da temperatura elevada e daí passaram, por digressão, a vários outros assuntos.

6 “Ai terra dos grilos alados, que fica além dos rios da Etiópia. Que envia mensageiros pelo mar em barcos de papiro, sobre as águas! Ide mensageiros velozes, a uma nação de gente de alta estatura e de pele bronzeada, a um povo temido por toda a parte, a uma nação poderosa e dominadora cuja terra é sulcada de rios (Isaías, 18, 1-2). In: CHAUI, M. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 77.

É importante salientar que essa visão romântica da realidade brasileira não aparece nas crônicas machadianas de forma direta. Ela vem pelas fissuras de um discurso indignado por não encontrar o Éden prometido. Toda a ironia e toda a crítica do autor, num primeiro momento, destinam-se à decepção de uma terra de carências, que não corresponde a uma expectativa que se formou, provavelmente pelo discurso dominante do período.

Quando o escritor carioca reclama da falta de disciplina da população nacional, parece antecipar a perspectiva maniqueísta formulada por Holanda (1987) de que o país tinha duas raízes antropológicas: o bandeirante conquistador, alheio ao trabalho sistemático e propenso a grandes golpes para enriquecer rapidamente, e o colono acostumado ao trabalho, mas também de forma não disciplinada, pois muda de atividade se pressentir a possibilidade de aumentar seus ganhos. Para o historiador, essa seria a causa da falta de profissionalismo nas relações de trabalho no Brasil.

Machado várias vezes retoma essa questão, principalmente, quando formula seus vários tipos sociais: o jornalista, o parasita, o funcionário público aposentado e o escritor medíocre.

Mesmo acreditando, como veremos, que o Brasil é composto por dois tipos de brasileiros, o aventureiro conquistador que vive de expediente e o disciplinado trabalhador, incapaz de grandes projetos, mas excelente executor dos mandos do aventureiro, Machado de Assis confiava no jornal como um meio de comunicação capaz de democratizar a informação no país e implantar o progresso social por meio da república e do liberalismo econômico. Para ele, o país tinha todas as possibilidades de vir a ser uma grande potência: extensão territorial, pessoas de engenho e riquezas naturais. Faltava, apenas, a divulgação da língua como forma de fortalecimento do sentimento nacional:

“O jornal é a verdadeira forma da república do pensamento. É a locomotiva intelectual em viagem para mundos desconhecidos, é a literatura comum, universal, altamente democrática, reproduzida todos os dias, levando em si a frescura das ideias e o fogo das convicções” (ASSIS. 1962, p. 945).

Essa percepção da realidade vai ao encontro da ideologia dominante da época. Nesse período histórico, Chauí (2000) define duas correntes ideológicas que determinavam a leitura simbólica da realidade nacional brasileira: “a primeira marcada pela intelligentsia pequeno-burguesa europeia segundo os critérios do determinismo científico, e do “espírito do povo”, determinado pela raça e pela língua” e uma segunda, formada a partir da criação do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, em 1838, que “sob a influência da escola histórica alemã, trabalha com o “princípio da nacionalidade”, definida pelo território e pela demografia” [...] (CHAUÍ, 2000, p. 49-50).

O objetivo desse Instituto era criar um passado glorioso e um futuro promissor, com o que legitimaria o poder do imperador. Para isso, devia enaltecer a natureza brasileira, e justificar a grandeza do país numa relação direta à grande extensão territorial da pátria. A História nacional seria escrita seguindo o modelo oferecido por Von Martius, a partir de 1845, ocasião da publicação de sua monografia *Como se deve escrever a história do Brasil*, que articulava três princípios fundamentais de orientação para os futuros historiadores do país: incorporação das três raças, dando predominância ao português, a unificação da história nacional por meio da definição das características regionais que deveriam convergir para um centro comum, unidade histórica nacional e, por fim, a argumentação de que a grande extensão territorial exigia o regime monárquico para garantia de um futuro glorioso à nação.

Esses três princípios foram resgatados por Francisco Adolpho de Varnhagen, entre 1854 e 1857, na publicação de *História Geral do Brasil*, livro “considerado fundador da historiografia brasileira” (CHAUÍ, 2000, p. 50).

A partir desses princípios, Chauí argumenta que será construída uma história do “mito fundador” do Brasil, segundo a qual o país aparece como uma metáfora do jardim do Éden (entre os séculos XVI – XVII) para os descobridores, e termina numa visão eufórica do país, sem acidentes naturais como tufões ou terremotos, de florestas ricas em recursos e de um povo pacífico, organizado em torno da teoria jurídica da ordem natural.

Essa teoria justifica a escravidão dos negros pela seguinte lógica: seres superiores são dotados atavicamente de três quesitos, a saber, razão (cartesiana), liberdade e propriedade. Os sujeitos que não possuem esses três distintivos não são considerados superiores e devem submeter-se (ordem natural) aos que os possuem.

Essas ideologias eram (ou deveriam ser) difundidas pelos jornais (primeiros meios de comunicação de massa que o Brasil conheceu).⁷ Entretanto, embora a visão do futuro promissor continue, Machado, em 1859, ano em que publica a crônica *O jornal e o livro*, estava influenciado pela revolução francesa e pelos princípios burgueses de organização política. Ao invés da monarquia, a república passa a ser a forma de governo enaltecida. “Nesse sentido, o jornal trazia em si um gérmen de revolução, não só social como econômica, “porque é um movimento da humanidade abalando todas as suas eminências, a reação do espírito humano sobre as fórmulas existentes do mundo literário, do mundo econômico e do mundo social” (ibidem).

A defesa da língua, o liberalismo econômico e o nacionalismo são valores francamente defendidos por Machado nessa primeira fase de produção como cronista. O escritor vincula-se aos valores do século XIX sem o senso corrosivo de humor que irá caracterizá-lo na segunda fase, quando descobre que a promessa do jornal e da democratização da língua e da cultura é uma utopia. “O paraíso edênico, criado pela fantasia de que a plantação das novas colônias copia o ato da criação: aqueles homens ao fabricarem igrejas e ao alçarem cruzeiros, lançam com

7 Lendo a história do jornalismo no mundo e no Brasil, In: NATALI, J. B. *Jornalismo internacional*. São Paulo: Contexto, 2004, e SODRE, N. W. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999, podemos saber que os arautos da democracia nasceram da necessidade de um banqueiro (Jacob Függer), em 1508, de criar fontes de informação sobre políticas locais da Antuérpia, para que ele pudesse morar em Augsburg, e ao mesmo tempo, permitir que seus negócios continuassem na Bélgica. Pior ainda, os jornalistas eram usados como fontes para se calcular a relação risco/ benefício dos produtos comercializados nas rotas de criminalidade da Europa e a partir daí, facilitarem aos mercadores o cálculo dos custos de suas mercadorias. Desse nascimento infame, que os jornalistas normalmente escondem, pode-se chegar à época do “beletrismo” dos jornais brasileiros, em meados do século XIX. É difícil entender como Machado acreditou que o jornalismo democratizaria a informação no Brasil. Ele sempre foi usado como veículo de manutenção de informação de excelência. Aliás, sua criação está vinculada a isso.

isso as sementes da posteridade de um Adão novo no solo rico e virgem do Éden recobrado” (HOLANDA, 2000, p. XIV), é mentira. Uma parte da população que deveria ser o novo Adão é falsa e vive de aparências. O enriquecimento da nação é dificultado por essa parcela de parasitas, que busca enriquecer-se sem trabalho. E pior: vigora ainda, no Brasil, a busca de modelos na Europa, pois a população litorânea tem o mar como ponto de referência. Essa referência, criada propositalmente pela coroa portuguesa impedia a interiorização do homem brasileiro pelo sertão e alinhava a ideologia brasileira às ideias da Europa:

“É ela (a coroa) sobretudo que busca manter aquele mesmo sistema de povoamento litorânea, permitindo contato mais fácil e direto com a metrópole e ao mesmo tempo previne, ou chama exclusivamente a si, enquanto tem forças para fazê-lo, as entradas ao sertão, tolhendo, aqui sobretudo, o arbítrio individual ” (HOLANDA, 2000, p. 395).

Mas o espanto e a necessidade de negar o atraso cultural e político ao qual o país estava verdadeiramente inserido demonstram que Machado deve ter acreditado em algum momento que o Brasil era o país do futuro. Bastava aparar algumas arestas e o desenvolvimento era certo. A ideologia nacionalista divulgada pelos historiadores da época ainda não havia sido totalmente desmistificada pelo cronista carioca.

Em outra crônica, do dia 23 de outubro de 1859, publicada em *O Espelho*, Machado ainda credencia ao jornal uma possibilidade de reforma social que abalaria os pilares da aristocracia. Aqui, impera a visão iluminista de que a razão e a consciência seriam as formas de liberdade da prisão ideológica criada por uma aristocracia que sustentava o seu poder no dogma de que o rei era o representante de Deus na Terra. A igualdade oferecida pela burguesia por meio da democratização da informação ainda não havia desolado o autor, pela consciência de que a injustiça e a concentração de renda eram as válvulas do próximo sistema que entraria em vigor: o capitalismo defendido pela democracia.

Machado acreditava que a democracia imporia um sistema meritocrático. A competição entre os homens permitiria a expressão do

talento. A reificação humana parecia um problema vinculado à sociedade aristocrática. O poder dessa sociedade, injusto, não suportaria

“a sentença de todo o status quo, de todos os falsos princípios dominantes. Desde que uma coisa é trazida, não tem legitimidade evidente, e nesse caso o choque da argumentação é uma probabilidade de queda,” (ASSIS, 1962, p. 964).

Obviamente que apenas o jornal poderia trazer essa discussão, pois apenas ele era acessível a todos os membros do corpo social.

Entretanto, a segunda parte da produção de crônicas de Machado, iniciada depois do fatídico resultado de recenseamento da população brasileira, abusa da técnica narrativa e passa a operar por imagens e metáforas. Em 15 de agosto de 1876, o autor de *Quincas Borba* publica uma crônica em quatro partes no jornal *A semana*. Na primeira, discute sobre as diferenças sociais, imaginando duas leitoras que poderiam estar preparando-se para uma “festa na Glória” ou para um baile da “Secretaria de Estrangeiros” enquanto ele escreve a crônica.

Na segunda parte, começa a falar de um amigo que não vai aos bailes porque se recusa a gastar as pernas. Daí passa para o fato de que esse amigo não irá às corridas. Das corridas, passa por uma digressão a discutir sobre a utilidade dos bichos, afirma não gostar de cavalos, e compara-os com o burro, que seria melhor apreciado por ele:

Eu não gosto do cavalo.

Não gosto? Detesto-o; acho-o o mais intolerável dos quadrúpedes. É um fátuo, é um pérfido, é um animal corrupto. Sob o pretexto de que os poetas o têm cantado de um modo épico ou de um modo lírico; de que é nobre; amigo do homem; de que vai à guerra; de que conduz moças bonitas; de que puxa coches; sob o pretexto de uma infinidade de complacências que temos para com ele, o cavalo parece esmagar-nos com sua superioridade. Ele olha para nós com desprezo, relincha, prega-nos sustos, faz Hipólito em estilhas. É um elegante perverso, um tratante bem educado; nada mais.

Vejam o burro. Que mansidão! Que filantropia! Este puxa a carroça que nos traz água, faz andar a nora, e muitas vezes o genro, carrega fruta, carvão e hortaliças — puxa o bond, coisas todas úteis e necessárias. No meio de tudo isso apanha e não volta contra quem lhe dá. Dizem que é teimoso. Pode ser; algum defeito é natural que tenha um animal de tantos e tão variados méritos. Mas ser teimoso é algum pecado mortal? Além de teimoso, escoiceira e alguma vez o coice, que no cavalo é uma perversidade, no burro é um argumento, *ultima ratio* (ASSIS, 1962, p. 344).

Essa aparente explanação desinteressada de um aspecto pitoresco da realidade do século XIX ganha dimensão crítica à medida que serve de preâmbulo para a introdução da parte III, que irá comentar o resultado do recenseamento feito pelo Império. A justaposição da imagem do burro com o texto sobre a pesquisa cria uma leitura em sequência como é comum ao jornal e implica a designação de burros aos contrerrôneos que não sabem ler nem escrever. A cultura letrada era prerrogativa para que a revolução social pudesse ser organizada a partir dos jornais:

E por falar neste animal, publicou-se há dias o recenseamento do Império, do qual se colige que 70% da nossa população não sabem ler.

Gosto dos algarismos, porque não são de meias medidas nem de metáforas. Eles dizem as coisas pelo seu nome, às vezes um nome feio, mas não havendo outro, não o escondem. São sinceros, francos, ingênuos. As letras fizeram-se para frases; o algarismo não tem frases, nem retórica.

Assim, por exemplo, um homem, o leitor ou eu, querendo falar do nosso país dirá:

- Quando uma Constituição livre pôs nas mãos de um povo o seu destino, força é que este povo caminhe para o futuro com as bandeiras do progresso desfraldadas. A soberania nacional reside nas Câmaras; as Câmaras são a representação nacional. A opinião pública deste país é o magistrado último, o supremo tribunal dos homens e das coisas. Peço à nação que decida entre mim e o senhor Fidélis Teles

de Meireles Queles; ela possui nas mãos o direito superior a todos os direitos.

A isto responderá o algarismo com a maior simplicidade:

— A nação não sabe ler. Há só 30% dos indivíduos residentes neste país que podem ler; desses uns 9% não leem letra de mão. 70% jazem em profunda ignorância. Não saber ler é ignorar o Sr. Meireles Queles; é não saber o que ele vale, o que ele pensa, o que ele quer; nem se realmente podem querer ou pensar. 70% dos cidadãos votam do mesmo modo que respiram: sem saber por que nem o quê. Votam como vão à festa da Penha, — por divertimento. A Constituição é para eles uma coisa inteiramente desconhecida. Estão prontos para tudo: uma revolução ou um golpe de Estado.

Replico eu:

— Mas, Sr. Algarismo, creio que as instituições...

— As instituições existem, mas por e para 30% dos cidadãos. Proponho uma reforma no estilo político. Não se deve dizer: “consultar a nação, representantes da nação, os poderes da nação”; mas — “consultar os 30%, representantes dos 30%, poderes dos 30%”. A opinião pública é uma metáfora sem base; há só a opinião dos 30%. Um deputado que disser na Câmara: “Sr. Presidente, falo deste modo porque os 30% nos ouvem ...” dirá uma coisa extremamente sensata.

E eu não sei que se possa dizer ao algarismo, se ele falar desse modo, porque nós não temos base segura para os nossos discursos, e ele tem o recenseamento (ASSIS, 1962, p. 344, 345).

A partir desse fato, a História passa a ser questionada nas crônicas do autor de forma sistemática. Nos textos publicados em 15 de setembro desse mesmo ano (1876), Machado já discute a versão oficial do grito de “Independência ou morte” às margens do Ipiranga. Um possível amigo teria escrito uma carta denunciando a mentira da versão oficial. O autor carioca ironiza, ao dizer que é melhor ficar com a lenda. Não por causa dos versos que já foram produzidos com essa imagem, facilmente emendáveis, mas porque na opinião dele a lenda é melhor do que a história autêntica.

A corrosão também infiltra a História Internacional. Na terceira parte de uma crônica publicada no dia 1º de outubro de 1876, Machado discute a cobertura que os jornais fazem da guerra na Sérvia:

Conheço um homem que anda meio desconfiado de que não há guerra da Sérvia nem império turco; consequentemente, que não há sultões caídos, nem suicidados. Mas que são as notícias com que os paquetes vêm perturbar as nossas digestões? Diz ele que é uma nova ópera de Wagner e que os jornais desta Corte traduzem mal as notícias que acham no estrangeiro (ASSIS, 1962, p. 350).

O desprestígio aos símbolos da nação é denunciado numa crônica narrativa, em que um possível fabricante de bandeiras brasileiras se joga aos pés do cronista para reclamar da má sorte que lhe coube. O pendão auriverde valia menos que um chapéu de sol. E o preço da produção era alto, já que a bandeira nacional tinha que ser produzida com dois panos.

O jargão dos discursos políticos é desconstruído numa crônica do dia 21 de julho, quando a câmara autoriza o tesoureiro a comprar uma arca para guardar as rendas da cidade. Desse fato, Machado conclui que há tesouro público a ser recolhido à arca, e logo, a desculpa de que “não há verbas” para o calçamento das ruas, ou que há “escassez de rendas municipais” não pode ser coerente com o tamanho do depósito a que destinam esse dinheiro. Numa arca cabe muito.

Ainda pior é a notícia dada por uma crônica de 22 de agosto de 1889 de que os três partidos liberal, conservador e republicano estavam unidos em torno de um único homem candidato a deputado num distrito de Minas. Daí advém ao cronista que em verdade não há muita diferença entre as três ideologias. Em verdade, tanto faz ser conservador como liberal, uma vez que “o uso da liberdade, no seu desenvolvimento, nas suas mais amplas reformas, estava a melhor conservação” (ASSIS, 1962, p. 528). Ademais, não há também grande diferença entre ser republicano e monarquista, posto que um homem apoiado pelas duas formas de governo devia ser tão magnânimo que

jamais permitira que nenhuma das duas formas de governo se sacrificasse por ele, ao contrário, ele é que se sacrificaria pelas duas.

“Além disso, considerava tão necessária uma como a outra, não dependendo tudo senão dos termos; assim podíamos ter na monarquia a república coroada, enquanto a república podia ser a liberdade no trono” (ASSIS, 1962, p. 529).

Além da política, as teorias científicas que imperam no século também são questionadas. Em crônica do dia 10 de junho de 1894, o narrador disse estar passeando pelo jardim, quando encontra um burro que pede a ele que interceda na câmara, propondo uma lei que imponha uma multa às pessoas que maltratassem os burros. E o quadrúpede argumenta que pelo “Evangelho de Darwin”, (Ibid., p. 612), os burros são tios dos homens. Que seja feito então o treze de maio desses animais.

Em 16 de junho de 1895, Machado publica em *A semana* a crônica *O autor de si mesmo*. O fato que serve como motriz do texto foi a prisão dos pais de uma criança de dois anos de idade, deixada numa estrebaria com o corpo coberto de chagas, que depois de servir de alimento às galinhas por três dias, morre. Desse fato, o autor cria um possível diálogo entre o menino e o filósofo Arthur Schopenhauer, que afirma que a criança é a culpada pela morte dolorosa. A ironia recai, portanto, na filosofia culta da época, divulgada pelo livro *O mundo como vontade e representação*, assimilado sem maiores críticas pela sociedade colonial.

A estratégia empregada nessa crônica é a técnica do espectador a que Antonio Candido (1998) alude como fator motriz da objetividade crítica de Machado.

Essa objetividade parece engendrar os alvos sistemáticos de crítica do autor: a reificação humana justificada pelas teorias científicas do século XIX e pelo início do capitalismo; o desmoronamento dos valores humanos, substituídos pela lógica da competição a qualquer preço a fim de alcançar status social e comodidade financeira (lógica essa que incorpora, inclusive, os artistas da época que deveriam

questioná-la) e a corrupção política que não conhece limites, chegando a espetáculos vergonhosos como o apoio ao mesmo candidato por partidos políticos que deveriam incorporar a discussão das melhores formas de administrar a sociedade brasileira.

Era essa discussão que o autor acreditava ser capaz de trazer justiça social, se fosse empreendida pelos jornais, uma vez que poria em xeque o velho modelo aristocrático que não sobreviveria a qualquer questionamento lógico, por fundamentar-se num dogma.

Mas a discussão foi ceifada de seus resultados pela incapacidade de leitura dos conterrâneos. A revolução pelas letras ainda precisaria esperar muito para acontecer. E a desmistificação das ideologias do século ficaria restrita aos 30% (que objetivamente não passavam de 14) que sabiam ler.

Pelo resumo acima exposto das crônicas machadianas, percebemos que as *Memórias* seguem o mesmo modelo de construção de situações narrativas. A obra se enquadra nessa segunda fase de produção de prosa, que vai de 1876 até 1908. Portanto, esse romance, embora de estrutura complexa e intrincada, pode ser lido também como uma recolha de crônicas da vida cotidiana dos anos de 1805 a 1869 (nascimento e morte de Brás Cubas, respectivamente).

Já que a coloquialidade, a variabilidade dos assuntos e a retomada dos temas contemporâneos poderiam lhe garantir a audiência dos 14% de leitores que compunham o mercado editorial brasileiro do final do século XIX, a originalidade do romance poderia ser proposta sem que a obra se tornasse um “valor de risco”. (Machado não tinha perfil humano para ser um Proust, desqualificado vários anos como romancista).

Para alcançar a originalidade estética, o autor carioca propõe algumas estratégias de extrapolação da moldura narrativa autobiográfica. Essas estratégias são baseadas na ruptura instaurada, envolvendo as instâncias da protagonização e da enunciação. A extrapolação ocorre quando o único impedimento de uma autobiografia (o relato da morte do protagonista) é rompido por meio do elemento fantástico que cria uma fissura no sincretismo das instâncias da protagonização e da enunciação.

Para verificar o tratamento simbólico e formal que o suporte gráfico recebe na obra machadiana referida, a partir da diferenciação entre narrador/protagonista, focalizaremos nosso argumento na delimitação dos papéis desempenhados pela enunciação do discurso e pela leitura do receptor. Sendo assim, demonstraremos como as *Memórias* revela a consciência de que o texto é uma “máquina pressuposicional” (ECO, 1993, p. 27), ou seja, um sistema de formação de sentidos que atua segundo um repertório compartilhado de motivos e temas que podem ser atualizados ou reformulados. Dessa forma, a obra machadiana se materializa por meio de instâncias do real interseccionadas, uma vez que o narrador Brás Cubas torna-se leitor-modelo da tradição literária, e o leitor de Brás Cubas, leitor-modelo dessa leitura.

Levando em conta as observações de Eco (1993, p. 53) “de que um texto, tal como aparece na sua superfície (ou manifestação) linguística, representa uma cadeia de artifícios expressivos que o destinatário deve actualizar”, podemos considerar que a imagem que o narrador constrói do leitor-modelo torna-se mais uma dessas estratégias. Isso porque, ainda segundo o teórico italiano, a produção de um texto solicita a previsão das atuações interpretativas de um outro que recebe esse texto. Logo, a imagem machadiana, de que seu leitor é um adversário combatente de xadrez (recuperada por Rosa, 2001, no conto “Minha gente”, de *Sagarana*) demonstra que esse autor constrói para si um modelo de adversário, com quem deve atuar, antes de escrever seus textos.

Essa imagem leva em conta, como assinala Baptista (1998), até o tipo de impressão que os textos receberão, como no capítulo XXII das *Memórias*, “Volta ao Rio”, no qual Brás Cubas reflete sobre o tipo de papel que usará: in-folio-9 (pertinente a um público pesadão) ou in-12 (para leitores preguiçosos que gostam de grandes margens e largas vinhetas).

É ainda o próprio Baptista quem indicia que nem a realidade da impressão é tão certa na prosa movediça machadiana, como atesta a noção de errata, que vai relativizando a veracidade de que o livro lido pelo leitor foi o mesmo escrito pelo autor. Logo, a realidade da impressão é antes a representação daquilo que deveria ser a impressão

do livro, do que a real impressão do mesmo, (problema várias vezes levantado por Borges, 1994). Mais uma vez, temos no mínimo dois planos de real interseccionando-se.⁸

Se a impressão do livro, considerado por Rosenfeld (1998) como a única realidade que pode ser apreendida pelos sentidos, não pode ser apreendida em sua totalidade, como são elaborados os vários planos de realidade que compõem as obras cujos autores demonstram conhecer a natureza de seu veículo de expressão? Como a consciência de que o livro escrito não é exatamente o livro que o leitor está lendo aparece nas *Memórias*?

Memórias Póstumas, mesmo sendo romance de folhetim, costumadamente lido pelo chefe das famílias burguesas para ser ouvido pelos outros membros, solicita um leitor virtual do livro (e não um ouvinte).

Para respondermos à questão posta, sobre a consciência de que o livro escrito não é exatamente aquele lido pelo leitor/ouvinte, devemos buscar subsídios contextuais (além daqueles indiciados ficcionalmente nos textos) em quatro dimensões do objeto livro: como objeto venal; de prestígio social; como objeto impresso; e como forma formada/formadora do leitor.

É indiscutível que a ascensão social de Machado está vinculada à sua atividade como romancista. Como objeto venal, o livro não lhe rendia dinheiro, mas o prestígio alcançado pela atividade de escritor lhe garantia uma posição social que era trocada pela subsistência conquistada pelo emprego público, na época da publicação das *Memórias Póstumas*, ainda um favor concedido pela monarquia.⁹

8 Sobre esse tema, o conto "Desenredo", publicado em *Tutaméia*, de Guimarães Rosa, elabora uma reflexão crítica pertinente, por meio do personagem Jô Joaquim, que refaz a sua *estória* para livrar-se do "desmastreio" e "põe a fábula em ata".

9 Pensamos na tese de Sérgio Miceli (2001) de que os escritores da época colonial eram "parentes empobrecidos" das "esferas do poder" e procuravam, por meio da literatura, a subsistência na troca de favores simbólicos, a saber, "serviam" intelectualmente ao poder. Machado, embora adesista várias vezes, também oferece, paradoxalmente, inúmeros exemplos de atuação de combate ao *status quo*. lb. p. 960.

Restam ainda duas questões: o livro como objeto impresso e como instrumento de formação do leitor. Para Merquior (1972, p. 152), essa última questão se resolve em Machado por um estilo *ébrio*, reforçando “aquele aristocrático prazer de desagradar” aos 20% de leitores da época, condicionados a uma literatura romântica burguesa, preocupados com ilustração de salão.

Por essa observação, podemos deduzir que a ironia funcionaria, em relação ao leitor, como uma forma de edificar, assim como a comédia romana (*ridendo castigat mores*).

Entretanto, há que se assinalar que os vários planos de realidade interseccionados da obra machadiana evocam mimeticamente a forma romanesca, híbrida por excelência.

Nesse sentido, a originalidade das *Memórias* se mobiliza na tensão instaurada entre as exigências e solicitações das formas de expressão, de rupturas e criações de novos procedimentos estéticos que ampliem o repertório compartilhado pela tradição da forma romanesca e das várias substâncias de representação, e a necessidade de dialogar com um leitor específico, por meio de um canal de comunicação (livro), que tem seus limites materiais e concretos definidos pelo mercado, preço, papel, editor.

Esse diálogo é encenado por meio de uma ludicidade que orienta o leitor. Basta lembrar das inúmeras intromissões do narrador que visam a controlar o fluxo do discurso, desnudando, pelo caráter irônico da representação em espelhos do ato de leitura o leitor real, a consciência ficcional e o rigor necessários à elaboração do romance. Brás Cubas acelera ou retarda a leitura (de um leitor obediente, ficcionalizado no texto), conforme o interesse que o narrador tem ou não em determinadas passagens e cenas.

Assim, a consciência metalinguística aparece inúmeras vezes não só como forma de controle do fluxo do discurso, mas também como a expressão da consciência de que se trata de ficção, portanto de uma realidade paralela e simbólica que obedece a um sistema de regras próprias de um código estético.

No primeiro caso, o controle do discurso se manifesta como um diálogo lúdico com o leitor, espelhando as estratégias narrativas que fazem parte da história da literatura aludindo a referentes pontuais do discurso narrativo; como as variáveis formais implantadas por Sterne, na história da literatura. (Coincidentemente, Sterne incorpora em seus textos a tecnologia de editoração jornalística que sua atividade de folhetinista permitia que conhecesse e manipulasse).

A segunda forma de interação do narrador com o leitor se substancia na desmistificação da natureza ficcional do romance e, por conseguinte, das estruturas básicas que emolduram esta forma, como por exemplo, a sequência dos capítulos, a numeração das páginas, a estruturação gráfica do livro de uma forma geral.

É nessa segunda forma de interação que Machado de Assis e Guimarães se articulam, embora com estratégias e efeitos retóricos diversos. Enquanto Guimarães cria uma fala do desvio, num processo linguístico de indeterminação de sentido, e com isso lembra ao leitor que a ficção não é simples representação da realidade, mas processo constante de recriação de substâncias significativas, Machado nos lembra o tempo todo de que o romance é realidade física construída, e, para isso, o texto obedece a um programa de execução de leitura, ordenado pelo narrador/autor, como Brás Cubas se alto-intitula ao assinar o prólogo da terceira edição.

Referências

BAPTISTA, Abel, Barros. *Autobibliografias: solicitação do livro na ficção e na ficção de Machado de Assis*. Lisboa: Relógio D'Água, 1998.

BORGES, Jorge, Luis. *Obras completas*. Buenos Aires: Emecé Editores, 1994. (Parcialmente lida)

CANDIDO, Antonio. "O Homem dos Aessos". In: _____. *Tese e antítese*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1964.

_____. "Esquema de Machado de Assis." In: CANDIDO, A. *Vários escritos*. 2ª ed. São Paulo: Duas Cidades, 1998, p. 13-32.

CHAUÍ, Marilena. *Brasil: mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

ECO, Umberto. *Leitura do texto literário*. Lisboa: Editor Presença, 1993.

GUIMARÃES, Hélio de Seixas. *Os leitores de Machado de Assis: o romance machadiano e o público de literatura no século 19*. São Paulo: Edusp, 2004.

HANSEN, João Adolfo. *Forma e indeterminação em Grande Sertão: Veredas*. Palestra proferida em 12/5/2006 no Instituto de Estudos Brasileiros da USP.

HJELMSLEV, Louis. *Prolegômenos a una teoría del lenguaje*. Madrid: Editorial Gredos, 1971.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora José Olímpio, 19ª ed., 1987.

_____. *Visão do Paraíso: os motivos edênicos no descobrimento e colonização do Brasil*. São Paulo: Publifolha, 2000.

MACHADO DE ASSIS, J. M. *Obras completas*. Rio de Janeiro: Aguilar, 1962. 3v.

MARTINS, Nilce Sant'Anna. *O léxico em Guimarães Rosa*. Edusp, 2001.

MERQUIOR, José. Guilherme. "Gênero e estilo nas Memórias Póstumas de Brás Cubas". In: *Colóquio/Letras*, 8: 12-20, jul. 1972.

PAREYSON, Luigi. *Il verisimile nella Poética di Aristotele*. Torino: Università di Torino, Pubblicazioni della Facoltà di lettere e Filosofia. V.2, n. 2, 1950.

ROSA, Guimarães. *Grande Sertão: Veredas*. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1967.

_____. *Estas Estórias*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

_____. *No Urubuquaquá, no Pinhém*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

_____. *Tutaméia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

_____. *Sagarana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

ROSENFELD, Anatol. Literatura e personagem. In CANDIDO, A. et al. *A personagem de ficção*. São Paulo: Perspectiva, 1998, p. 9-51.

SÁ, Jorge de. *A crônica*. São Paulo: Ática, 1985.

SILVA, Antonio Manoel dos Santos. Vida e arte da Crônica (prefácio). In: SANT'ANNA, Romildo. *A liberdade é Azul*. São Paulo: Arte e Ciência Editora, 2003, p. 9-16.

_____. "O roteiro e o cinema". In: SILVA, Antonio Manoel dos Santos. *Os bárbaros submetidos - Interferências midiáticas na prosa de ficção brasileira*. São Paulo: Arte e Ciência/Unimar, 2006, p. 28-35

SÜSSEKIND, Flora. "Não-Livros". In: DIAS, Tânia; SÜSSEKIND, Flora. (Orgs.). *A Historiografia literária e as técnicas de escrita: do manuscrito ao hipertexto*. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2004, p. 442-488.

CAPÍTULO 8

(RE)VISITANDO O DIÁLOGO DOS PERVERSOS

Ana Maria Zanoni da Silva¹

Na vida, o que nos interessa não é o todo do homem, mas os atos isolados com os quais nos confrontamos e que, de uma maneira ou de outra, nos dizem respeito.

Mikhail Bakhtin

1. INTRODUÇÃO

O teórico russo, Mikhail Mikháilovitch Bakhtin, nasceu em 16 de novembro de 1895, em Oriol e ainda na infância mudou-se para Vilna, capital da Lituânia. Na adolescência, juntamente com sua família, muda-se para Odessa. O contato com diferentes culturas, classes sociais, grupos étnicos e línguas, segundo Stam (2000), contribuiu para o desenvolvimento do modelo bakhtiniano de poliglossia e heteroglossia. O conceito de heteroglossia torna-se mais evidente em “Dialogic Imagination” (1983), e Bakhtin o define como a interação de múltiplas perspectivas individuais e sociais. Ao demonstrar a estratificação e a aleatoriedade da linguagem, o teórico evidencia que as palavras não

¹ Professora do Departamento de Linguística, Letras e Artes da Universidade do Estado de Minas Gerais – UEMG – *Campus* de Frutal.

nos pertencem, uma vez que estas são marcadas pelo contexto, meio, tempo, estilos e intenções. A palavra, ou seja, a linguagem, na concepção bakhtiniana, é um fenômeno ideológico, porque “está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial”. (1988, p. 95). O conceito de ideologia recebe uma atenção especial, porque para o teórico russo “o signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes” (BAKHTIN, 1988, p. 46).

Em *O freudismo: um esboço crítico*, o termo ideologia é definido como um produto do discurso interior e exterior, o qual influencia o modo pelo qual concebemos o outro.

Os sistemas ideológicos estáveis e enformados das ciências, das artes, do direito etc. cresceram e se cristalizaram a partir do elemento ideológico instável, que através de ondas vastas do discurso interior e exterior banham cada ato nosso e cada recepção nossa. Evidentemente, a ideologia enformada exerce, por sua vez, uma poderosa influência reflexa em todas as nossas reações verbalizadas (BAKHTIN, 2012, p. 88).

O discurso interior e também o exterior não são atos particularizados, mas partilhados por um grupo social. A concepção de palavra como sendo o meio propício à interação social passa a obra de Bakhtin:

Toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte*. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apóia sobre mim numa extremidade, na outra apóia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor. (BAKHTIN, 1988, p. 113, *itálicos do autor*).

A palavra orientada em função do interlocutor adquire um papel primordial na poética bakhtiniana, uma vez que a relação entre o “eu” e o “outro”, ou seja, a interação verbal constitui um dos temas centrais de seus estudos. A expressão de “um” em relação ao “outro”, ou seja, dirigida a um interlocutor constitui a enunciação, isto é, “o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados [...]” (BAKHTIN, 1998, p. 112). Concebida sob esse viés, a língua despe-se da noção de sistema abstrato de formas linguísticas, de enunciação monológica isolada e adquire o estatuto de interação verbal, a qual se concretiza por meio da enunciação.

A expressão interação verbal constitui um sinônimo para o termo diálogo, porque: “o diálogo, no sentido estrito do termo, não constitui, é claro, senão uma das formas, é verdade que das mais importantes, da interação verbal” (BAKHTIN, 1998, p. 123). A linguagem deixa de ser concebida como um sistema abstrato das formas linguísticas e um ato isolado, ou seja, monológico, para ser compreendida como produto da interação verbal. O dialogismo, portanto, é o princípio constitutivo da linguagem e a condição de sentido do discurso, porque o sujeito deixa de ter um papel principal no enunciado, sendo substituído por vozes sociais que o tornam um sujeito histórico e ideológico. Sendo assim, Bakhtin amplia o sentido de diálogo, concebido como discurso entre duas pessoas, entendendo-o a outros domínios. Sob o enfoque bakhtiniano o texto literário, por exemplo, segundo Stam (2000, p. 34), constitui “uma forma de ação verbal, calculada para leitura ativa e respostas internas, e para reação impressa por parte de críticos, e pastiche ou paródia por outros escritores. A ampliação do conceito de diálogo propiciou estudos sobre o entrecruzar de diferentes textos, bem como do texto com o seu destinatário, e impulsionou os estudos intertextuais.

Julia Kristeva (1974, p. 62) afirma que Bakhtin foi um dos primeiros estudiosos

[...] a substituir a *découpage* estatística do texto por um modelo, no qual a estrutura literária não é, mas se elabora em relação a uma *outra* estrutura. Essa dinamização do estruturalismo só é possível a partir de uma concepção, segundo a

qual a “palavra literária” não é um *ponto* (um sentido fixo), mas um cruzamento de superfícies textuais, um diálogo de diversas escrituras: do escritor, do destinatário (ou da pessoa), do contexto cultural atual ou anterior.

A palavra, na concepção bakhtiniana e sob o enfoque de Kristeva, constitui unidade minimal do texto e adquire o estatuto de mediadora, por ligar o modelo estrutural ao ambiente cultural, bem como de reguladora da mutação da diacronia em sincronia. Pela noção de estatuto, “a palavra é espacializada, funciona em três dimensões (sujeito-destinatário-contexto), como um conjunto de elementos sêmicos em diálogo, ou como conjunto de elementos ambivalentes” (KRISTEVA, 1974, p. 64).

À luz das concepções bakhtinianas, dos estudos de Kristeva e de Orlandi, neste texto retomo e dou continuidade ao trabalho apresentado no *XI Congresso Internacional da ABRALIC - Tessituras, Interações, Convergências*, em julho de 2008, na Universidade de São Paulo, objetivando mostrar como Poe, Dostoievski e Machado, por meio de suas respectivas obras “O Demônio da Perversidade”(1845), “Crime e Castigo” e “O Enfermeiro”, travam uma relação dialógica com o discurso bíblico e questionam as ideologias religiosas, sobretudo aquelas veiculadas pelo discurso dos *Dez Mandamentos*.

2. PERVERSIDADE: UM ARQUÉTIPO E SEUS MATIZES.

Um texto pode sempre ler um outro e, assim por diante, até o fim dos textos.

Genette

O contato dialógico entre textos faz parte das reflexões de Bakhtin(2000, p. 404), uma vez que para o pensador russo “o texto só vive em contato com outro texto (contexto)”.Ao elaborar a trama do conto “O Demônio da Perversidade” (1845), valendo-se do diálogo

com textos que o precederam, Poe (1997, p. 345) expõe a ideia de que a perversidade é um sentimento capaz de “promover os objetivos da humanidade, quer temporais, quer eternos” Ao final da trama, a perversidade converte-se em um tipo de cadeia, na qual o homem pode ser aprisionado. Em “O demônio da Perversidade”, “Crime e Castigo” e “O Enfermeiro”, a perversidade, quando confrontada com o discurso bíblico, mostra falhas do discurso religioso, pois esse instaura sanções, mas não fornece respostas aos questionamentos sobre o motivo pelo qual o homem as transgride.

Compreender a estrutura dialógica sobre a qual esses textos estão apoiados exige uma retomada dos elementos que compõem o processo de criação, o qual, segundo Tomachevsk (1970, p. 167), é composto pela “escolha do tema e sua elaboração”.

Ao versar a respeito do dialogismo, Bakhtin (2006, p. 134) define o tema como:

[...]um sistema de signos dinâmico e complexo, que procura adaptar-se adequadamente às condições de um dado momento da evolução. A significação é um aparato técnico para a realização do tema. Não há tema sem significação, e vice-versa. Além disso, é impossível designar a significação de uma palavra isolada sem fazer dela o elemento de um tema, isto é, sem construir uma enunciação. Por outro lado, o tema deve apoiar-se sobre certa estabilidade da significação, caso contrário, ele perderia seu elo com que precede e o que segue, ou seja, ele perderia, em suma, o seu sentido.

As obras em apreço dialogam entre si, por meio da unidade temática em torno da qual foram configurados os seus respectivos enredos e instauram um discurso que questiona não o crime em si, mas o sentimento desencadeador da criminalidade.

No conto “O demônio da perversidade”, publicado por Edgar Allan Poe, em julho de 1845, no *Graham's and Gentleman's Magazine*, com o título original de *The imp of the perverse*, o enredo articula a trajetória de uma personagem que cometera um assassinato, mantendo-o

oculto durante um tempo, mas que movido por uma força inexplicável acaba por confessá-lo.

Já no sumário que inicia o conto, o protagonista, e também narrador, descreve e examina a pré-disposição humana à perversidade:

AO EXAMINAR as faculdades e impulsos dos móveis primordiais da alma humana, deixaram os frenólogos de mencionar uma tendência que, embora claramente existente como um sentimento radical, primitivo, irredutível, tem sido igualmente desdenhada por todos os moralistas que os precederam.[...] a indução a *posteriori* teria levado a frenologia a admitir, como princípio inato e primitivoda ação humana, algo de paradoxal que podemos chamar de *perversidade*, [...] (POE, 1997, p. 344-345). (Itálico do autor).

A expressão “deixaram de mencionar”, presente no discurso do narrador, instaura o dialogismo, pois os frenólogos desconsideram o traço inato do caráter humano, ou seja, a perversidade, e refuta a ideologia científica do médico alemão Franz Joseph Gal, para quem seria possível determinar o caráter, as características da personalidade, e o grau de criminalidade pelo formato do crânio. A relação dialógica extratextual com a frenologia mostra a existência de um pseudo discurso científico que, por sua vez “sustenta a possibilidade do dizer”, isto é, de se enunciar, intratextualmente, sob a ótica do criminoso, o motivo pelo qual o homem é perverso.

O discurso do protagonista revela-se analítico e orientado para o exame daquilo que move a fereza, sentimento que conduz, não somente ele, mas também o homem, a agir sem um objetivo compreensível ou simplesmente pelo fato de não dever agir. A expressão “agimos pelo motivo de não devermos agir” desempenha duas funções: a primeira remete ao fato de o protagonista, impulsionado pelo desejo de obter bens matérias alheios, cometer um crime que não deveria ter cometido; a segunda refere-se ao fato dele confessar o crime. A perversidade vista por esse viés é convertida em ironia do destino, pois o homem tomado pela fereza pratica um crime e, ao mesmo tempo em que deveria ocultá-lo, é impulsionado a confessá-lo, tornando-se vítima deste

sentimento. Não é o sentimento de culpa ou de arrependimento que motivam a confissão do crime, mas um impulso que “converte-se em desejo, o desejo em vontade, a vontade numa ânsia incontrolável, e a ânsia (para profundo remorso e mortificação de quem fala e num desafio a todas as conseqüências) é satisfeita” (POE, 1987, p. 346).

O discurso analítico e minucioso da perversidade e os ataques às concepções frenológicas sobre o tema em discussão, funcionam como uma espécie de autodefesa para o protagonista, uma vez que: “A combatividade frenológica tem por essência a necessidade de autodefesa. É nossa salvaguarda contra a ofensa” (POE, 1997, p. 346). Porém, considerar o discurso do protagonistaa respeito da perversidade, apenas como um subterfúgio para redimir e atenuar o crime, por ele cometido, significa deixar de lado a concepção de avaliação presente na relação entre os interlocutores. O tom analítico-expositivo adotado pelo protagonista funciona como um mecanismo de expressão fônica da avaliação social e evidencia a interação do texto com contexto extra verbal do enunciado. Para Bakhtin (2000, p. 396): “O tom não é determinado pelo material do conteúdo do enunciado ou pela vivência do locutor, mas pela atitude do locutor para com a pessoa do interlocutor(a atitude para com sua posição social, para com sua importância [...])”. O tom expositivo adotado pelo protagonista desempenha duplo papel: a autodefesa e a refutação da sanção instaurada pelo discurso religioso.

Na configuração do conto, o discurso expositivo instaura também um diálogo do protagonista com o leitor, uma vez que aquele expõem os motivos que o conduziram ao cárcere, como se constata a seguir: “A demora neste assunto foi para responder, de certo modo à pergunta do leitor, para poder explicar o motivo de minha estada aqui, para poder expor algo que terá, pelo menos, o apagado aspecto duma causa que explique por que tenho estes grilhões e por que habito esta cela de condenado” (POE, 1997, p. 347). No diálogo com o leitor, o motivo do encarceramento é explicado, mas a causa da transgressão do discurso bíblico, ou seja, do discurso ordenador da ideologia cristã, não fica evidente. Há, portanto, o entrecruzar do discurso do

criminoso com o discurso que o precedera, ou seja, o texto bíblico, tecido a partir da ideológica cristã.

A estrutura textual, na forma de desenredo, típica da escritura de Poe, tal como demonstrou Santaella (1984), se faz notar no conto em apreço, porque após expor a perversidade como componente inato do caráter humano, o discurso do protagonista, mostra que seu crime não é produto de uma ação criminosa, mas o resultado de um impulso demoníaco, pois fora ele vítima “do Demônio da Perversidade” (POE, 1997, p.348). Sob a ótica cristã, o inexplicável faz parte da esfera do mal, do demoníaco, isto é, o caráter perverso é personificado sob a imagem do demônio. Porém, a luz das regras sociais não se discute o caráter ou a suposta influencia do mal, mas a transgressão da lei.

A trama narrativa do conto se divide em duas partes: situação inicial, composta pelo discurso questionador das possíveis causas da perversidade humana. E segunda parte configura o desenredo da situação inicial, instaurando o discurso da transgressão, da violação do quinto mandamento de Moisés, presente no *Velho Testamento* – “não matarás”. A violação elucida o mistério que atormenta àqueles que agem impulsionados pelo mal, porque ao transgredir a ordem imposta pelo discurso religioso, o homem sente prazer: “Examinando ações semelhantes, como fazemos, descobrimos que elas resultam tão somente do espírito de Perversidade. Nós as cometemos porque sentimos que *não* deveríamos fazê-lo” (POE, 1997, p. 347). (Itálicos do autor).

Sob o monólogo descritivo que compõe a situação inicial há um diálogo que se desenvolve na consciência do protagonista e aproxima-se da concepção dialógica de Bakhtin, por ser o momento em que aquele analisa e contesta a escrita do texto bíblico, afirmando ser o homem quem dita os objetivos a Deus e não o contrário. O conto, portanto, converte-se em “uma escritura onde se lê o outro” (KRISTEVA, 174, p. 67). O dialogismo com o texto bíblico fica explícito neste trecho: “O intelectual ou homem lógico, ainda mais que o homem compreensivo ou observador, se põe a imaginar projetos, a ditar objetivo a Deus. Tendo assim sondado, a seu bel-prazer, as intenções de Jeová,

edifica, de acordo com essas intenções, seus inumeráveis sistemas de pensamento” (POE, 1997, p. 345).

O termo Jeová, no *Velho Testamento*, é empregado para designar Deus e, portanto, constata-se a referência aos *Dez Mandamentos*. No discurso do protagonista o sentido da expressão “não matarás” revela-se impregnado da ideologia humana, e o discurso mosaico, portanto, apresenta uma sanção, cujo sentido está determinado pela posição ideológica do povo hebreu. Essa passagem do conto mostra que o sentido é determinado pelas posições ideológicas colocadas em jogo no processo sócio-histórico em que as palavras são produzidas, e estas, por sua vez, mudam de sentido segundo as posições daqueles que as empregam, tal como preconizado por Orlandi (2001).

Nessa parte do conto, Poe revela o momento de absorção, de transformação e de transgressão do texto bíblico, porque os preceitos atribuídos a Deus perdem o invólucro de sagrado e são analisados e questionados como produto do discurso do senso comum e, portanto, passíveis de serem criticados.

A consciência atormentada do protagonista converte-se em um tipo de “arena em miniatura onde se cruzam e lutam os valores sociais de orientação contraditória [...] como produto da interação viva das forças sociais” (BAKHTIN, 1988, p. 67). Ao examinar as concepções alheias, o protagonista busca um discurso que autentique sua tese sobre a existência de sentimentos que fogem a explicação humana, como se constata no trecho abaixo:

Se não podemos compreender Deus nas suas obras visíveis, como então compreendê-lo nos seus inconcebíveis pensamentos que dão vida às suas obras? Se não podemos compreendê-lo nas suas criaturas objetivas, como compreendê-lo então nas suas disposições de ânimo substantivas e nas suas fases de criação? (POE, 1997, p.345).

O crime é relatado sucintamente e a inspiração para cometê-lo advém de um discurso precedente, isto é, de algumas memórias francas que descreviam a doença, decorrente do envenenamento de uma

vela, que acometeu Madame Pilau. Inspirado pela leitura, o protagonista envenena uma vela e a coloca no castiçal do quarto da vítima.

A ironia perpassa o discurso médico legista, que ao invés de explicar cientificamente a causa da morte, vale-se da ideologia religiosa para assim compor o laudo: “Morte por visita de Deus” (POE, 1997, p. 348). O tom irônico do laudo médico reforça a ideia do homem ser o responsável pelos desígnios atribuídos a Deus. Nos estudos de Bakhtin há uma atenção especial ao discurso bivocal, sendo a ironia um elemento típico dessa forma de discurso. Ironizar, segundo Castro (2008, p. 120), “é dizer algo pelo enunciado e, portanto, remeter à enunciação, mas é também [...], voltar-se contra a própria enunciação acrescentando-lhe uma ideia oposta [...], no mesmo instante em que ela é enunciada”. O conto, portanto, mostra-se como um “tecido de muitas vozes” que, ao se entrecruzarem, se contradizem e se refutam.

Herdeiro dos bens da vítima, o protagonista oculta o ato ilegal, mas um dia sente um arrepio e novamente torna-se vítima da perversidade, pois fora impulsionado a confessar o crime: “O segredo há tanto tempo retido irrompeu de minha alma” (POE, 1997, p. 349). Aprisionado após a confissão, ele passa a questionar as causas da maldade humana. O final da trama remete ao começo da narrativa e o conto termina com as seguintes indagações: “Que me resta a dizer? Hoje suporto estas cadeias e estou *aqui*? Amanhã estarei livre de ferros! *Mas onde?*” (POE, 1997, p. 349). Numa primeira leitura, seria possível afirmar que o final aberto e circular do conto convida o leitor a traçar o destino do herói após a libertação, porém, a relação dialógica com o texto bíblico instaura a possibilidade de uma segunda leitura. Se por um lado os *Dez Mandamentos* apenas enunciam a sanção “não matarás”, por outro, fica evidente a ausência do discurso a respeito do motivo pelo qual se comete crimes. Nessa lacuna entre o discurso da sanção e a ausência da explicação, o ficcionista rege as múltiplas vozes, conduzindo o leitor a refletir sobre a ausência de uma nota ainda ausente na partitura, na qual, a vida se deixa ver.

Ao contrário do protagonista poeano, cujo discurso está orientado para a descoberta, as forças propulsoras da perversidade, o herói

de Dostoievski, por sua vez, apenas se preocupa em ocultar o crime. O romance *Crime e Castigo*, publicado por Dostoievski em 1866, vinte e um anos após a publicação do conto acima analisado, articula a trajetória de Rodion Românovitch Raskólnikov, um estudante pobre, vítima da perversidade que assola a alma humana. Movido pela fereza, planeja e executa os assassinatos de Aliena Ivánovna, uma velha agiota, e da irmã dela Lisavieta Ivánovna. Após os homicídios, o protagonista torna-se uma vítima do medo de ser descoberto e vivencia a angustia da confissão, decorrente do fato de não ter sido suficientemente forte para não confessar o crime.

Se o discurso indagador do protagonista poeano atenua o crime, por ele cometido, Raskólnikov, por sua vez, minimiza o caráter perverso que o anima, por meio da descoberta desse sentimento no âmago das personagens com as quais trava conhecimento e, portanto, mostra que o embrião da fereza está presente em todos. Para tanto, orienta seu discurso para o espaço da memória. Ainda garoto, ele vê na porta de uma taberna uma carroça puxada por uma eguazinha magra e velha, sobre a qual o dono amontoava peso além das forças. O animal é chicoteado por não conseguir se mover e, gradativamente, o mujique troca o chicote por um pedaço de madeira e depois por uma alavanca de ferro. A ira dos espectadores, contra o animal aumenta “e toda aquela turba lança mão do que encontra paus, chicotes, trancas, e atira-se sobre o cavalo agonizante. Mikolka, junto do animal, bate-lhe continuamente com a alavanca de ferro. O animal estica-se, estende o pescoço e dá um último suspiro” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 69).

Raskólnikov chora e se irrita com a maldade do mujique, mas quando adulto, ironicamente, arquiteta o assassinato de Aliena Ivánovna e afirma: “Meu Deus!”. [...] será possível que eu vá mesmo abrir com um machado o crânio dessa mulher? ... Será possível que eu vá pisar no sangue morno e vá arrombar a fechadura, roubar e depois esconder-me, a tremer, ensanguentado... Senhor será possível?” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 69).

A comparação entre o discurso permeado pela reminiscência do herói com a forma do assassinato do animal traz à tona um diálogo

intratextual entre as partes que compõem o romance. Raskólnikov, enquanto personagem ficcional, lê os acontecimentos terríveis gravados em sua memória e hesita a respeito de ser ele capaz de cometer a mesma atrocidade que presenciara na infância. O tom reminescente do discurso dele mostra que “todo dizer é ideologicamente marcado. É na língua que a ideologia se materializa. Nas palavras dos sujeitos. [...] o discurso é o lugar da trabalho da língua e da ideologia” (ORALANDI, p. 38).

A apresentação de diferentes formas de atitudes perversas na narrativa, analisada sob a luz dos pressupostos teóricos de Kristeva, revela o momento que o romance, em apreço, transforma-se em “um cruzamento de palavras (de textos) onde se lê, pelo menos uma outra palavra texto” (KRISTEVA, p. 1974, p.64).

Nesse entrecruzar de textos, produzidos pelas diferentes vozes que compõem o romance, o caráter perverso de Raskólnikov, é minimizado, por exemplo, no diálogo, por ele travado, com Marmieládov. Marmieládov se declara um porco por beber com o dinheiro da filha, que se prostitui por imposição da madrasta: “Fui hoje à casa de Sônia pedir-lhe dinheiro para beber. Rá! Rá! Rá!”(DOSTOIÉVSKI,2008, p. 33). Na perspectiva do pai, filha converte-se em um animal capaz de prover o sustento de todos: “Ah, sim...Sônia! Acharam nela uma boa vaca leiteira! E sabem aproveitá-la! Isso não lhes embrulha o estômago: já estão habituados ...”(DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 38).

No entrecruzar dos textos, o discurso arquitetado por Poe sobre a perversidade ganha corpo e significação mais abrangentes na trama de Dostoievski. Perversos não são apenas assassinos, mas todos os que agem por impulsos e transgridem a norma religiosa. A transgressão do discurso bíblico, em Poe, limita-se ao quinto mandamento, mas em Dostoievski, o cumprimento do IV mandamento – “Honrai o vosso pai e a vossa mãe, a fim de viverdes longo tempo na terra, que o senhor vosso Deus vos dará” – ao mesmo tempo em que expõe a ideologia religiosa, mostra também as consequências desastrosas da obediência equivocada e exacerbada, pois a filha é vítima da perversidade da própria família.

A presença do discurso bíblico se faz notar tanto em Poe como em Dostoievski. O protagonista poeano questiona a legitimidade do

texto bíblico, enquanto o herói dostoiévskiano, se redime por adotar a ideologia religiosa, como se constata no trecho em que Sônia lê o capítulo XI do *Evangelho de São João*, no qual Lázaro ressuscita: “Estava enfermo um certo Lázaro, de Betânia... (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 332). O intertexto com a passagem bíblica revela o momento em que a configuração da trajetória de Raskólnikov passa a ser elaborada em comum acordo com o discurso bíblico. A citação intertextual do *Evangelho de São João* é uma escolha estética que exerce diferentes papéis no desenrolar da trama, como, por exemplo, a enfermidade e a salvação de Raskólnikov por intermédio do amor a Deus.

Se Poe dialoga com o texto bíblico, contestando o fato de que o homem atribui desígnios a Deus, Dostoiévski mostra que a salvação humana pode ocorrer através da fé e do amor ao próximo, ou seja, por meio da aceitação da ideologia cristã, como se constata no final do romance, quando o herói se cumprimenta ao segundo mandamento da lei de Moisés: “amar ao próximo como a ti mesmo” – implícito no trecho abaixo:

Debaixo do travesseiro ele tinha o Evangelho.[...]. Fora ele próprio que lhe pedira pouco antes de sua doença, e ela levou-lhe sem dizer palavra. [...] mas um pensamento atravessou-lhe rapidamente o espírito: “Poderiam agora as suas convicções ser diferentes das minhas? Poderei eu ter outros sentimentos, outras aspirações que não sejam as dela?” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 552).

No entrecruzar de discursos, as retomadas da unidade temática - perversidade humana - mostram novos aspectos e cada autor, ao seu modo, dialoga com os textos precedentes e também com o contexto de produção de suas respectivas obras.

Em “O enfermeiro”, publicado em *Várias histórias* em 1896, Machado de Assis traz à tona outro matiz da perversidade. O enredo articula a trajetória de Procópio José Gomes Valongo, um copista de teologia convidado a trabalhar como enfermeiro para o coronel Felisberto. O coronel maltrata Procópio e ele, por sua vez, tenta

abandonar o enfermo, mas o vigário o convence a permanecer. Em uma noite, o coronel que lhe arremessa uma moringa na face, e Procópio o assassina.

No início do conto, Procópio dialoga com o leitor, indagando se aquilo que lhe acontecera pode vir a ser matéria para um livro: “Parece-lhe então que o que se deu comigo em 1860, pode entrar numa página de livro? Vá que seja, com a condição única de que não há de divulgar nada antes da minha morte (ASSIS, 1994, p. 1).

Ao discorrer a respeito do conceito de polifonia Bezerra afirma que Machado de Assis demonstra uma consciência dialógica e polifônica em seus romances, por criar personagens que se assumem “como autor participante não só do diálogo interno da obra, mas criando relações dialógicas” (BEZERRA, p. 197). Trata-se, portanto, de uma relação entre autor e personagem, na qual a personagem é inserida no trabalho de configuração da narrativa e interage com o autor:

Olhe, eu podia mesmo contar-lhe a minha vida inteira, em que há outras coisas interessantes, mas para isso era preciso tempo, ânimo e papel, e eu só tenho papel; o ânimo é frouxo, e o tempo assemelha-se à lamparina de madrugada. Não tarda o sol do outro dia, um sol dos diabos, impenetrável como a vida. Adeus, meu caro senhor, leia isto e queira-me bem; perdoe-me o que lhe parecer mau, e não maltrate muito a arruda, se lhe não cheira a rosas. Pediu-me um documento humano, ei-lo aqui. Não me peça também o império do Grão-Mogol, nem a fotografia dos Macabeus; peça, porém, os meus sapatos de defunto e não os dou a ninguém mais. (ASSIS, 1994, p. 1)

o contrário das personagens de Poe e de Dostoiévsk, Procópio não planeja o crime, ele ocorre como uma reação instintiva motivada pelo gesto de extrema agressividade do coronel. As incursões no mundo dos perversos na situação inicial da trama narrativa são feitas pelo coronel, que no discurso do protagonista “era também mau, deleitava-se com a dor e a humilhação dos outros”, (ASSIS, 1994, p.2).

As maldades do coronel acabam com a compaixão de Procópio e despertam “um fermento de ódio e aversão”. Esse “fermento” atinge o ápice no clímax provocado pelo gesto do coronel de atear-lhe a moringa e culmina com a morte do agressor. Após o crime, Procópio pensa em fugir, mas para não levantar suspeitas fica e prepara o falecido para o enterro.

O modo pelo qual Machado configura a realização do crime difere da maneira adotada por Poe e Dostoievski, porque Procópio, não premeditou o crime e nem foi em busca de objetos que o auxiliassem. Por outro lado, o ato de matar com as próprias mãos, mostra a força bruta e a face animalizada do homem, ou seja, o irracional. A transgressão da ideologia cristã, presente no discurso bíblico, no qual o homem é imagem e semelhança de Deus, permite vê-lo como imagem e semelhança de um animal.

Assim como Poe e Dostoievski, Machado também se valeu da citação intertextual do texto bíblico, explícita no discurso de Procópio: “Fui até a cama; vi o cadáver, com os olhos arregalados e a boca aberta, como deixando passar a eterna palavra dos séculos: “Caim, que fizeste de teu irmão?” (ASSIS, 1979, p. 5). Ao contrário de seus predecessores, Machado vale-se da citação intertextual do *Velho Testamento* para sancionar a atitude de Procópio e de certa forma dar indícios dos transtornos que o afligiriam, levando-o a cometer um ato criminoso. Porém, se considerarmos o fato de que na conversa que o Senhor tem com Caim a respeito da ira que o impele ao crime, constatamos que o intertexto, também aponta para o futuro venturoso que aguarda o enfermeiro, porque na passagem bíblica o Senhor diz a Caim: “Por ventura se tu obrares bem, não receberás por isso galardão? E se obrares mal, não será bem depressa o pecado à tua porta?”. (BIBLIA, 1979, p. 5). O galardão que Procópio recebe é a herança que o coronel lhe deixara.

A expressão “obrares bem” do discurso bíblico, ganha vida e significação na trama narrativa, porque para receber a herança, Procópio não pode ser descoberto como assassino, tarefa, por ele, executada com perfeição: E referiam-me casos duros, ações perversas, algumas extraordinárias [...] Eu a principio, ia ouvindo cheio de curiosidade [...]. E

defendia o coronel, explicava-o, atribuía alguma coisa às rivalidades locais, confessava, sim, que era um pouco violento... (ASSIS, 1994, p. 4).

Ao retornar ao vilarejo e ouvir o discurso dos moradores, nos quais a maldade do coronel se faz notar desde a infância, Procópio sucumbe à perversidade:

Eu, a princípio, ia ouvindo cheio de curiosidade; depois, entrou-me no coração um singular prazer, que eu sinceramente buscava expelir. [...] E o prazer íntimo, caldo, insidioso, crescia dentro de mim, espécie de ténia moral, que por mais que a arrancasse aos pedaços recompunha-se logo e ia ficando (ASSIS, 1994, p.4).

O discurso de Procópio assemelha-se ao da personagem de Poe:

“Mas chegou por fim uma época na qual a sensação de prazer se transformou, por meio de gradações quase imperceptíveis, numa ideia obcecante e perseguidora. Perseguiu porque obcecava. Dificilmente conseguia libertar-me dela por um instante sequer” (POE, 1997, p. 348).

Machado, assim como Dostoievski, emprega a peripécia, na configuração da trama narrativa. Ao contrário do protagonista de “O Demônio da Perversidade”, Procópio não se transforma numa vítima da própria perversidade, mas por meio dela obtém o que fora enunciado pela personagem de Poe, ou seja, “os objetivos da humanidade, quer temporais, quer eternos” (POE, 1997, p. 345).

Bakhtin, em *O freudismo* mostra a influencia que o meio social exerce na significação do conteúdo verbal, sendo este determinado por fatores objetivo-sociais: “O meio social deu ao homem as palavras e as uniu a determinados significados e apreciações; o mesmo meio social não cessa de determinar e controlar as reações verbalizadas do homem ao longo de toda sua vida” (BAKHTIN, 2001, p. 86). Rico e feliz, Procópio propõe uma emenda ao discurso do Sermão da Montanha: “Bem aventurados os que possuem, porque eles serão consolados” (ASSIS, 1994, p. 4).

Ainda, segundo Bakhtin (2001, p. 86, itálicos do autor), “o verbal no comportamento do homem (assim como os discursos exterior e interior) de maneira nenhuma pode ser creditado a um sujeito singular tomando isoladamente, pois não pertence a ele mas sim *ao seu grupo social* (ao seu ambiente social)”. Quando confrontado com o discurso da personagem poeana, o discurso de Procópio, ao fazer a emenda no texto bíblico, autentifica o discurso daquela, para quem o homem é quem dita os preceitos divinos.

Ao compararmos os três enredos, a palavra influência ganhou nova conotação, mediante a constatação que todos os autores em apreço beberam na mesma fonte – a Bíblia. Cada um, com maestria, compôs obras que suscitam no leitor diferentes efeitos: a reflexão em torno da mola propulsora da maldade humana, a esperança de salvação pela fé e o riso pela irônica inversão do discurso bíblico.

3. O CONFRONTO DOS PERVERSOS

A compreensão na concepção bakhtiniana é “uma forma de *diálogo*; ela está para a enunciação assim como a réplica está para o diálogo. Compreender é opor à palavra do locutor uma contrapartida” (BAKHTIN, 1988, p. 132).

As personagens são seres de palavras, criados pelo escritor. No processo de criação, em conformidade com o enredo, esses seres são gerados e, as palavras soltas transformam-se em “pessoas” que passeiam pelas páginas da obra. A cada parágrafo, o leitor se depara com a formação do caráter de um ser ficcional que pode ter em sua essência aspectos dos seres reais, dados a conhecer tanto por meio da caracterização direta quanto por intermédio do discurso que proferem. Segundo Tomachevski (1976, p. 193), “caracterizar um personagem constitui um procedimento que o faz reconhecível”. Visando compreender as semelhanças e as diferenças entre os três protagonistas, que, por sua vez, possam evidenciar a relação intertextual entre as obras em apreço, centramos o foco nas personagens

A primeira diferença, decorrente do confronto do conto de Poe, com o romance de Dostoiévski, além da genérica, diz respeito à forma de caracterização das personagens. Em “O Demônio da Perversidade”, Poe emprega a caracterização indireta e o leitor não é informado sobre nada a respeito da vida do protagonista e da vítima. Não há referência aos nomes das personagens, profissão ou condição social, apenas o protagonista se auto-retrata como “uma das incontáveis vítimas do “Demônio da Perversidade” (POE, 1997, p.348).

Em *Crime e Castigo*, as personagens são caracterizadas de forma direta, através das descrições detalhadas do caráter de cada um, por intermédio do discurso reportado do narrador. Raskolnikov, um estudante de direito, está vivenciando um estado de excitação nervosa, próximo a hipocondria, concentrado nos próprios pensamentos, isolado “a ponto de não só temer encontrar-se com a senhoria, mas a deixar de manter relações com seus semelhantes” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p.15).

O nome do protagonista tem origem na palavra *raskol*, cujo significado é cisão, e a caracterização de Raskolnikov, feita pelo narrador, bem como os seus próprios gestos e falas revelam o caráter isolado. Os traços de caráter atribuídos a Raskolnikov, como, por exemplo, o isolamento, a demência e a hipocondria, o aproximam das personagens criadas por Poe e descritas por Julio Cortazar (1974, p. 131) como seres que levam “ao limite a tendência noturna, melancólica, rebelde e marginal

Poe, em *Marginália*, faz uma breve descrição do processo de caracterização e criação da personagem, propondo não uma “réplica” de seres com características habituais e facilmente identificáveis, mas como um produto de combinações dos diferentes aspectos do caráter humano.

Os chamados personagens originais só podem ser elogiados criticamente como tais quando apresentam qualidades conhecidas na vida real, mas jamais descritas antes (combinação quase impossível), ou quando apresentam qualidades (morais, físicas ou ambas) que, embora desconhecidas ou hipotéticas, se adaptam tão habilmente às circunstâncias que as rodeiam que nosso senso do apropriado não se ofende, e

nos pomos a imaginar a razão pela qual essas coisas *poderiam ter sido*, embora continuemos seguros de que *não são*. Esta última espécie de originalidade pertence à região mais elevada do *ideal* (POE apud CORTÁZAR, 1974, p.134-135).

Ao versar sobre o autor e o herói, Bakhtin (2000, p. 27) postula que na vida o que nos interessa são os atos isolados do homem e não o todo e mostra que: “O artista que luta por uma imagem determinada e estável de um herói luta, em larga medida, consigo mesmo”.

As principais características do protagonista de Poe, possíveis de serem encontradas na vida real, são dadas a conhecer de forma indireta na trama narrativa. Ele comporta-se como um estudioso do fator que desencadeia a perversidade, porém confessa que as conjecturas são para evitar que ele seja julgado louco. Na trama narrativa, a junção estudo mais loucura gera um caráter ambíguo, porque a personagem que expõe a teoria dos impulsos malévolos sem hesitar, hesita a respeito do próprio destino no final do conto e afirma: “Amanhã estarei livre de ferros! *Mas onde?*” (POE, 1997, p. 349).

Loucura e razão dão o toque de originalidade na caracterização dessa personagem que, justamente por transitar entre dois pólos opostos, pode ser o porta-voz de um discurso questionador dos diferentes discursos, sobre a perversidade, que se entrecruzam na superfície textual. Seu discurso tem dupla significação, porque se no início constitui uma crítica aos demais discursos sobre a perversidade, no final da exposição, revela-se como uma espécie de negação do cientificismo, simples especulações oriundas de momentos de devaneios de uma mente a beira do abismo e em busca de um álibi.

Ao analisar as personagens de Dostoiévski, Bakhtin (2005, p. 46) afirma:

A personagem não interessa a Dostoiévski como um fenômeno da realidade, dotado de traços típico-sociais e caracterológico-individuais definidos e rígidos, como imagem determinada, formada de traços monossignificativos e objetivos que, no seu conjunto respondem à pergunta: “quem é ele”.

Dostoievski, portanto, se aproxima da concepção de Poe, no modo de conceber e configurar as personagens. No romance em apreço, o protagonista é um ex-estudante de direito, conhecedor das leis, mas, ao mesmo tempo, revela-se um adúlterador das leis que eram sua fonte de estudo. Raskolnikov é um híbrido de estudioso, loucura e razão, cujo caráter vai se moldando, se deixando ver pela interação com o outro.

O traço comum a ambos os protagonistas consiste no fato deles serem movidos pelo desejo incontrolável de cometer algo contrário à moral e aos bons costumes. Enquanto a personagem de Poe se declara vítima da perversidade natural do ser humano, o narrador do romance afirma que Raskolnikov não se deixa levar pela vergonha de ser pobre e endividado, mas por outro sentimento “bem diferente, parecido com o medo” (DOSTOIEVSKI, 2008, p. 17).

O estado emocional de Raskolnikov, nos momentos que antecedem a execução das vítimas, no discurso do narrador, revela-se próximo a “teoria da perversidade” exposta por Poe, como, podemos constatar nos trechos do conto e do romance transcritos a seguir:

Em teoria, nenhuma razão pode ser mais desarroada; mas de fato, nenhuma há mais forte. Para certos espíritos, sob determinadas condições torna-se absolutamente irresistível (POE, 1997, p. 345-346)

Dir-se-ia que, impulsionado por um poder irresistível, sobre-humano, procurava desesperadamente um ponto fixo a que se agarrar. Os acontecimentos operaram nele de forma absolutamente automática; tal como um homem que, apanhado pela roupa nas rodas de uma engrenagem, se achasse logo tragado pela máquina (DOSTOIEVSKI, 2008, p. 80).

Se por um lado, o protagonista do conto volta seu discurso para a origem da maldade, no discurso do herói de Dostoievski, são tecidas conjecturas a respeito dos deslizes que levam os criminosos a serem descobertos, portanto, seu caráter também é oriundo da ideologia que perpassa o discurso daqueles que tem algo a esconder. Na concepção

do estudante o que levava a descoberta do assassino “consistia menos na impossibilidade material de ocultar o crime do que na própria personalidade do criminoso” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 80).

Raskolnikov age de forma diferente do protagonista do conto, no que se refere ao medo de ser descoberto. Os pensamentos, os gestos e as atitudes dele demonstram o quanto a ideia de ser descoberto, transformou-o em prisioneiro da própria consciência, a ponto de duvidar das próprias faculdades mentais:

Acudiu-lhe então uma idéia singular: pensou que a roupa es-
tria talvez manchada de sangue e que o enfraquecimento das
suas faculdades não lhe permitira distinguir as manchas...
[...]. Com efeito há vestígios! O bico da bota está mancha-
do de sangue. Sem dúvida pusera o pé imprudentemente
na poça de sangue ... Como consertar isso? (DOSTOIÉVSKI,
2008, p. 100-101).

A personagem de Poe age de forma inversa e afirma: “A idéia de ser descoberto jamais penetrou-me no cérebro. Eu mesmo cuidadosamente dispusera dos restos da vela mortal. Não deixara nem sombra de indício pelo qual fosse possível provar-se ou mesmo suspeitar-se de ter sido eu o criminoso” (POE, 1997, p. 348).

Mesmo tomado pelo medo de ser descoberto, Raskolnikov, assim como o protagonista de Poe, será surpreendido pela perversidade e confessa o crime.

Repentinamente acudiu-lhe uma idéia extraordinária: dirigir-
se a Nikodim Fomitch e contar-lhe o caso que acontecera na
véspera, em todos os seus pormenores; leva-lo em seguida ao
quarto e mostrar-lhe os objetos escondidos no buraco da pa-
rede. A idéia o dominou de tal forma, que chegou a levanta-se
para a pôr em prática (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 111).

O comportamento de Raskolnikov aproxima-se ao do protago-
nista de “O Demônio da Perversidade”, no que diz respeito ao desejo

de confessar o crime, mas difere pelo fato da personagem criada por Poe ter ciência de que é o caráter perverso que está a impulsioná-lo.

Um dia, enquanto vagueava pelas ruas, contive-me no ato de murmurar meio alto essas sílabas habituais [Estou salvo]. Num acesso de audácia repeti-as desta outra forma: “Estou salvo ... estou salvo, sim ... contanto que não faça a tolice de confessa-lo abertamente!”. Logo que pronunciei estas palavras, senti um arrepio enregelar-me o coração. Já conhecia aqueles acessos de perversidade (cujas natureza tive dificuldade em explicar) e lembrava-me bem de que em nenhuma ocasião me fora possível resistir a eles com êxito (POE, 1997, p. 348).

A influência do discurso de Poe, bem como a transgressão dele, fica evidente, por exemplo, no trecho em que Sônia estimula Raskolnikov ir à rua e confessar: “Corre à rua, saúda o povo, beija a terra que manchaste com o teu pecado e diz bem alto, à face do mundo: Eu sou um assassino” (DOSTOIÉVSKI, 2008, p.527). Raskolnikov vai até a rua, ajoelha-se, beija o chão e prestes a confessar, recua, motivado pelos comentários e gargalhado dos transeuntes que apreciavam a cena.

O discurso satírico e zombeteiro dos transeuntes o impediram de agir e, portanto funcionam como coadjuvantes na omissão do crime. Novamente, os textos se entrecruzam, porque, no discurso do protagonista poeano, é preciso um braço para impedir a confissão: “Se não houver um braço amigo que nos detenha, ou se não conseguirmos, com súbito esforço recuar da beira do abismo, nele nos atiraremos e destruídos estaremos” (POE, 1997, p. 347). Sônia, a quem poderíamos atribuir os laços de amizade, transforma-se em aliada das forças que o impulsionam a confissão, ou seja, da perversidade. Embora a confissão de ambas as personagens seja produto da perversidade, Dostoiévski, transgride o arquétipo criado por Poe, e Raskolnikov não confessa o crime em praça pública, mas à polícia.

A transgressão se mantém em relação ao caráter das personagens, após cumprirem suas respectivas penas. Segundo Tomachevski (1977, p. 194), é necessário “distinguir dois casos principais nos procedimentos de caracterização dos personagens: o caráter constante que

permanecesse o mesmo no decorrer da fábula e o caráter modificável que evolui à medida que se desenrola a ação”. O protagonista de Poe, em seu discurso, revela um caráter estável e no final da trama, sem sabe para onde ir, continua preso às divagações.

Raskolnikov, por sua vez, também revela-se desorientado: “Viver para quê? A que almejar? A que dedicar seus esforços? Viver apenas por viver? (DOSTOIÉVSKI, 2008, 546). Porém, seu caráter está em constante transformação e, portanto, renasce e tem a oportunidade de regenerar-se por intermédio do amor que passou a nutrir por Sônia, como podemos constatar por intermédio do discurso do narrador:

Mas aqui começa uma outra história, a da gradual renovação de um homem, da sua regeneração paulatina, da sua passagem progressiva de um mundo para o outro, do seu conhecimento de uma realidade nova inteiramente ignorada até aquele momento (DOSTOIÉVSKI, 2008, p. 553).

O renascimento também marca a trajetória de Procópio, porque em seu discurso o protagonista se apresenta de forma direta como um copista de teologia com quarenta e dois anos, vivendo de favores na casa de um padre. O coronel Felisberto também é caracterizado de forma direta como um homem mau, estúpido e insuportável. Embora em seu discurso Procópio pareça estar submisso aos maus tratos do coronel, ao contrário de Raskolnikov, ao invés de planejar matá-lo, quer deixá-lo.

Pelas crueldades, quem se mostra dominado pela perversidade, a ponto de tornar-se vítima desse sentimento, é o coronel. Machado de Assis, ao contrário de Poe, e mais próximo a Dostoiévski, caracteriza a vítima do crime como perversa, porque, assim como o coronel, Aliena Ivánovna era má, batia em Lisavieta Ivánovna e pretendia deixá-la na miséria.

O discurso de Procópio revela a contradição que o anima, porque afirma ser teólogo e, em seguida, retifica a informação, introduzindo a expressão copista de teologia, conhecia as leis e os profetas, mas comete o crime, ou seja, não basta conhecer as concepções religiosas.

Instaura-se o confronto entre essência e aparência e por meio do discurso irônico do protagonista, Machado inverte e contesta o dito popular de que o hábito faz o monge.

Assim como Raskolnikov, Procópio também tem momentos de delírio e ouve “vozes que [...] bradavam: assassino! assassino! (ASSIS, 1994,p.3). Outra semelhança entre ambos é a certeza que Procópio tem de que será castigado: “Só então pensei claramente no castigo. Achei-me com um crime às costas e vi a punição certa. Aqui o temor complicou o remorso” (ASSIS, 1994, p.3).

Ao contrário de Raskolnikov e do protagonista de Poe, Procópio não sucumbe à perversidade confessando o crime, mas apropria-se dela e, valendo-se de um discurso irônico, subverte os preceitos bíblicos, a fim de harmonizar-se com a ideologia dominante. O fato de ser copista, o autoriza a fazer uma emenda no texto bíblico, transformando-o em álibi do crime que cometera.

Os heróis encarcerados pela perversidade cometem crimes, buscam álibis, dialogam com a religião e cada qual instaura um discurso sobre a maldade humana que se entrecruza com o texto bíblico e com as obras que os precederam, mas todos eles, enquanto criação ficcional, são seres únicos. As palavras, ou seja, os discursos são tecidos “a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios” (BAKHTIN, 1988, p. 41). A ideologia religiosa perpassa o discurso dos três personagens, mas cada um, movido pelas ideologias de seu respectivo meio social, em suas ações mostra uma faceta da índole perversa que alimenta o homem. Cada personagem foi concebido com o mesmo material, colhido nos campos da vida, mas cada qual nutre deferentes combinações que os tornam originais e possibilitam ao leitor conhecer o outro lado das ideologias que alimentam a vida em sociedade

REFERÊNCIAS

- ASSIS, Machado de. "O Enfermeiro". In: *Obra completa*. vol.II. Rio de Janeiro, Nova Aguilar, 1994.
- BAKHTIN, Mikhail. *Problemas da Poética de Dostoievski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, _____ . *Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press, 1983. Universitária, 2005.
- _____. *O freudismo: um esboço crítico*. São Paulo: Perspectiva, 2001.
- _____. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1988.
- _____. *Estética da criação verbal*. 2. ed. Trad. e org.: Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- CORTÁZAR, Julio. "Poe: o poeta, o narrador e o crítico". In: *Valise de Cronópio*. São Paulo: Perspectiva, 1974, p.103-146.
- DOSTOIÉVSKI, Fiodor. *Crime e Castigo*. São Paulo: Martin Claret, 2008.
- KRISTEVA, Julia. *Introdução à Semanálise*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 2001.
- POE, Edgar Allan. "O Demônio da Perversidade". In: *Ficção Completa, Poesia & Ensaios*. Trad. e Org. de Oscar Mendes e Milton Amado. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1997, p.344-349.
- SANTAELLA, Lúcia. "Edgar Allan Poe (O que em mim sonhou está pensando)" In: *Os Melhores Contos de Edgar Allan Poe*. São Paulo: Círculo do Livro, 1984, p. 139-189.
- STAM, Robert. *Bakhtin da Teoria Literária à Cultura de Massa*. São Paulo: Ática, 2000.
- TOMACHEVSKI. B. "Temática". In: *Teoria da Literatura: Formalistas Russos*. Porto Alegre: globo, 1976, p. 169-204.

CAPÍTULO 9

SOBRE A LITERATURA DA DESTRUIÇÃO E O *ULISSES*, DE JAMES JOYCE¹

Fabio Akcelrud Durão²

I

Comecei a escrever esta apresentação a partir da proposta deste encontro, *tentando abordar o espaço da literatura, hoje, como “un espacio de discursos y lenguajes cruzados, de codificaciones y recodificaciones”*. Em sintonia com o espírito do evento, de fazer uma *“reflexión sobre las múltiples maneras en que, en el hecho literario, diferentes lenguajes chocan entre sí, dialogan, se hibridan, se diseminan el uno al interior del otro, crean efectos de polifonía, contrapuntos, extrañamientos y entretejimientos discursivos”*, almejava inicialmente descrever uma dialética do diálogo entre vozes diferentes e seu cancelamento pela repetição.

1 O presente trabalho foi originalmente apresentado como palestra de encerramento do *Primer Encuentro Internacional de Literatura Comparada, Después de Babel: la literatura como discurso políglota*, promovido pelo Departamento de Literatura da Universidade Nacional da Colômbia, entre 20 e 23 de março de 2013. Agradeço a Patricia Simonson, Patricia Trujillo e William Díaz pela acolhida e pelas discussões por todo o evento.

2 Universidade Estadual de Campinas

Em outras palavras, pretendia defender que, embora a diversidade de lugares, pontos de vista, e experiências de vida fosse fundamental para a escrita e estudo da literatura na contemporaneidade, haveria sempre o risco de que a ênfase na abundância gerasse uma espécie de “monologismo do múltiplo”³. Nesse caso, ocorreria uma transformação da quantidade em qualidade, uma mudança por meio da qual a repetição do ser-outro ocasionaria o seu contrário, ou seja, uma grande mesmice. A iteração contínua e diversificada da diversidade geraria assim uma grande homogeneidade, possivelmente mais forte e sobrepujante, diga-se de passagem, do que seu contrário, a repetição consciente do mesmo, na esperança de que, a partir da mais tênue variação, uma janela do absolutamente novo possa abrir-se – para o bem ou para o mal, uma das bases do minimalismo.

No entanto, no processo de elaboração desta fala, logo me dei conta de que o texto recusava-se a ir para onde eu o projetava, que insistia em tomar um outro rumo. A crítica à banalização da diferença ficava cada vez maior diante da necessidade de defender o que seria verdadeiramente diferente. Por isso, acabei preparando uma apresentação que tenta articular uma noção particular de negatividade, que, como veremos, posiciona o momento da diversidade em uma posição intermediária e subordinada em relação à constituição do objeto, do texto como artefato. O pressuposto e justificativa para isso, para essa ênfase no aspecto crítico ao invés de uma multiplicidade aparente, não é um capricho idiossincrático, mas reside em última instância no estado atual da cultura, que, para dizer de um modo direto, *se tornou o âmbito de uma mediação universal*.⁴ Isso merece algumas palavras, ainda que gerais e algo lacunares.

3 Cf. o F.A. Durão, “Monologisme de lo multiple” in *Tópicos del Seminario*, 21. Enero-junio 2009, pp. 25-46 (Disponível online em <http://www.scielo.org.mx/scielo.php>). Para uma discussão sintética dos problemas da retórica da abundância nos estudos literários do presente cf. “Crítica da Multiplicidade”, *Revista Cult*, no. 182, Agosto de 2013, disponível online.

4 Lembremos que n’*O Capital*, de Marx, esse papel é desempenhado pelo dinheiro.

Há vários ângulos a partir dos quais seria possível constatar uma afirmação a princípio tão polêmica. Um deles seria acompanhar o recente percurso histórico de desaparecimento do conceito de *Kultur* como uma esfera especial, algo que se furtaria à mera reprodução do existente. O ataque àquilo que a noção tinha de elitista e excludente – algo sem dúvida inegável – levou à preponderância inquestionável da ideia de *culture* que nos é tão familiar agora, ou seja, daquele conjunto de práticas significantes de um grupo humano específico, incluindo potencialmente todas as suas manifestações de sentido. As denúncias da valoração da esfera da cultura como âmbito especial – desde Bourdieu, passando por Spivak e os Estudos Culturais norte-americanos, e chegando à própria indústria cultural – sem dúvida chamam a atenção para o quanto a arte está aquém de seu próprio conceito, para o quanto sua promessa de felicidade não foi cumprida. Em suma, tomada em seu caráter afirmativo⁵, como uma compensação interior e transcendente à miséria do dia-a-dia, a cultura mostra-se como um engodo. No entanto, ao atacar a pretensão da literatura a ser outra coisa que não o meramente existente, tais denúncias acabam desfazendo-se da própria promessa, sem a qual a arte não existe. O estético converte-se em uma mera casca oca, uma crosta que não faz senão ocultar interesses crus, sejam pessoais ou de classe. A crítica passa a alimentar-se da *desmistificação* constante das pretensões da arte de ser especial – e a repetição desse gesto cansa.⁶

Outra perspectiva, sem dúvida ligada à primeira, refere-se a uma certa autonomização – ou ao menos semi-autonomização – do discurso teórico, que agora não apenas se vê capaz de lidar com

5 Cf. Herbert Marcuse, “Sobre o Caráter Afirmativo da Cultura” em *Cultura e Sociedade*, vol.1. (São Paulo: Paz & Terra, 1997), trad. W.L. Maar et.al. pp. 89-136.

6 Para um bom exemplo da total incapacidade de vislumbrar na literatura algo que não a simples perpetuação de relações de poder, cf. o influente estudo de John Guillory, *Cultural Capital: The Problem of Literary Canon Formation* (Chicago: University of Chicago Press, 1993); para uma crítica muito boa a esse estado de coisas, cf. o editorial à revista *n + 1*, “Too much sociology”, em <http://nplusonemag.com/too-much-sociology>.

qualquer artefato⁷, como também percebe que participa na própria formação deste. Em outras palavras, a representação costumeira, segundo a qual a crítica retira de seu objeto uma verdade pré-existente (talvez mesmo já passível de ser encontrada na experiência do autor), já não é mais verossímil (se é que o foi algum dia). Dada a crescente indeterminação das práticas artísticas, que agora incorporam o acaso e o fortuito, o transitório e efêmero, o ultrajante e o abjeto, a teoria deixou de ter uma função meramente explicativa e passou a ser imprescindível, a ponto de contribuir para a própria constituição daquilo que comenta. Isso pode ser verificado no âmbito das próprias obras, à medida que incorporam em si o aspecto reflexivo como um material artístico. Talvez fosse até mesmo possível defender que uma autoconsciência conceitual mínima passou a ser condição *sine qua non* para a existência da literatura, e que a imagem do escritor como mero ente imaginante, alguém que cria um universo ficcional inteiro do nada e a partir de si, tornou-se rigorosamente uma impossibilidade – se é que algum dia foi realmente válida.

O terceiro ângulo, por fim, estaria relacionado à dificuldade que a literatura apresenta hoje para mobilizar energias utópicas. Não a utopia em seu sentido fraco, como uma representação de um conteúdo não existente; não como uma imaginação livre para construir imagens de um mundo melhor – isso merece ser chamado de projeção, e é uma matéria prima privilegiada da indústria cultural.⁸ Uma utopia pensada enfaticamente tem que saber reconhecer no mundo as sementes concretas daquilo que apontaria para uma alteridade reconciliada. A

7 Para uma discussão sobre a expansão do horizonte do criticável e do teorizável, como por exemplo nos Estudos Culturais, remeto a meu *Teoria (literária) americana* (Campinas: Autores Associados, 2010).

8 Permitam-me uma digressão: um perfeito exemplo recente da lógica projetiva na indústria cinematográfica é o segundo filme da série *Crepúsculo*, o *Amanhecer* (dir. Bill Condon, 2012), no qual o universo dos belos, ricos e imortais vampiros é construído de forma a gerar uma identificação total do público com os personagens, levando assim a um esquecimento do “eu” em um idílio que apaga todas as marcas do mundo existente. O conflito na história é mantido em um nível mínimo, suficiente apenas para permitir que o enredo não se dissolva em falta de tensão. É diante disso que o *Bilderverbot*, a proibição de imagens que T.W. Adorno toma à tradição judaica, adquire notável relevância como uma defesa da austeridade do pensamento.

pré-condição para isso seria perceber que a realidade não é idêntica a si mesma, que ela contém em si tensões internas que as obras de valor trazem para dentro de si por meio de seu trabalho com a forma. (De fato, é possível inverter a frase e dizer que o que faz serem obras de valor é conseguir incorporar tais tensões.) Para colocar de outro modo, *a cultura como uma mediação universal é algo sem um outro*, sem nem mesmo um antagonista determinável. Isso fica marcado discursivamente quando notamos que a palavra “cultura” pode ser a base de um locução com qualquer termo adjetivo: podemos falar de “cultural marginal”, “cultura local”, “cultura gay”, mas também de “cultura empresarial”, ou até mesmo “cultura policial” ou “cultura carcerária”⁹. Em suma, qualquer prática significante, independentemente de qualquer questão valorativa, quando encarada como um objeto organizado, dotado de leis próprias de funcionamento, mapeáveis e descritíveis, pode ser concebido como uma “cultura”.

Na verdade, esse argumento que estou desenvolvendo não é exatamente novo. Aqui não faço senão adaptar o de Bill Readings em *A universidade em ruínas*¹⁰, propondo que aquilo que o livro descreve em relação à universidade pode ser expandido para a cultura como um todo. De acordo com Readings, o conceito de excelência, que regula o mundo acadêmico contemporâneo é desprovido de conteúdo; ele é meramente comparativo. Uma universidade excelente não é aquela que executa determinada função satisfatoriamente, mas que o faz *melhor* que as outras. O resultado disso é a formação de um sistema sem centro, movido muito mais por uma força centrípeta do que centrífuga. É por isso que no discurso da teoria literária os antagonistas são frequentemente tão artificiais. A razão iluminista, tida como monolítica e sufocante; a ideia de cânone, vista como irremediavelmente

9 Essa transformação no conceito de cultura é aquilo que permite que uma expressão como “indústria cultural” deixe de ser um oxímoro, a coexistência de ideias incompatíveis, para se tornar um termo técnico como qualquer outro do mundo dos negócios, junto com “indústria da hospitalidade” ou “indústria do amor”. Cf. Robert Hullet-Kentor, “The Exact Sense in which the Culture Industry no Longer Exists”, in Fabio A. Durão (ed.) *Culture Industry Today* (New Castle: Cambridge Scholars Publishing, 2010), p. 5-22.

10 *The University in Ruins* (Harvard: Harvard U.P., 1997).

opressora e excludente; a própria literatura, concebida como um veículo de dominação e manutenção de relações de classe.¹¹ Em todos esses casos, uma avaliação mais distanciada e sóbria revelaria que o que há de inadequado na escolha desses antagonistas; com efeito, fica-se com a impressão de que o inimigo, aquilo contra o qual se volta a escrita crítica é algo forjado, artificial. A dificuldade de configurar um antagonista torna-se evidente em ainda dois outros casos. O primeiro é bastante comum no discurso da literatura comparada e é marcado por desejo de inclusão total, de garantia de espaço para todas as vozes, todos os gêneros, todas as nações etc.¹² A decorrência dessa articulação discursiva é irônica, porque, como qualquer escrito argumentativo, por definição não pode prescindir da categoria do antagonista, é o próprio antagonismo que ocupa essa posição. O segundo caso é o dos críticos conservadores, que, perfeitamente alinhados com a estrutura de poder existente historicamente denunciam o que creem ser uma hegemonia da crítica politizada. Veem-se assim como excluídos e marginalizados, talvez até como vanguarda. O exagero é por demais evidente para necessitar de comentários.¹³ Enquanto isso, porém, aquilo que seria o oposto de fato da cultura, a barbárie, desaparece do horizonte do pensável¹⁴, o que facilita que ela persista.

É por isso que se tornou imperativo desenvolver formas de relação com a literatura e com as artes que sejam capazes de recuperar o seu teor de *negatividade*. Em meu *Modernismo e Coerência*¹⁵, tentei desenvolver um modelo de negatividade estética advinda da relação

11 Cf. entre outros, John Beverly. *Against Literature* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993).

12 Cf. e.g. Eduardo Coutinho, "Literatura Comparada: reflexões sobre uma disciplina acadêmica". *Revista Brasileira de Literatura Comparada*, v. 08, p. 41-58, 2006

13 Cf. e.g. John M. Ellis, *Literature Lost: Social Agendas and the Corruption of the Humanities* (Yale University Press, 1999).

14 Robert Hullot-Kentor, "What Barbarism is?", in Fabio Akcelrud Durão, ed., *Culture Industry Today* op.cit., p. 23-42.

15 *Modernism and Coherence: Four Chapters of a Negative Aesthetics* (Bern: Peter Lang, 2008); trad. bras. do autor *Modernismo e Coerência: Quatro Capítulos de uma Estética Negativa* (São Paulo: Nankin Editorial, 2012).

entre obra e comentário; tratava-se de uma tentativa de conceber o processo de efetivação daquela, o seu vir-a-ser, por meio da negação determinada da prática predicativa deste. Se por um lado os artefatos literários eram encarados como indissociáveis da configuração que a interpretação lhes conferia – como teorizou a estética da recepção, mesmo um texto absolutamente novo de modo que um texto já não criticado seria simplesmente uma impossível de existir – por outro, a obra de fato surgia a partir do duplo processo de acolhimento e negação da imagem que lhe construía o comentário. Gostaria de tentar esboçar aqui um outro tipo de negatividade, não mais oriundo do encontro do texto com seu (inescapável) comentário, mas da sua própria dinâmica de estruturação. Ao invés de processos de construção de coerência que desmentiriam a crítica, a literatura de destruição encenaria uma aniquilação de si efetuada por meio de uma exacerbação daquelas articulações que fazem da obra uma obra. Para colocar de outra maneira, em jogo estaria uma construção do objeto que justamente por ser tão extrema destrói o objeto, e, com ele, a própria ideia de cultura da qual faz parte e que representaria como instância privilegiada. Isso não tem nada de surpreendente diante do desenvolvimento intrínseco da racionalidade estética, que cada vez mais ligava cada elemento concreto da obra à razão do todo, que não mais permitia que aspecto composicional algum permanecesse inquestionado, que pudesse ser simplesmente dado.¹⁶

Não foi por acaso que o acaso, o fortuito, o aleatório, o momentâneo e o *site-specific* adquiriram tanta importância no desenvolvimento recente das artes e da literatura. Todos eles representaram tentativas de escapar à sobredeterminação total do material artístico por meio de uma razão estética que por fim podia parecer transcendente ou até mesmo regressiva. Talvez o caso mais exemplar disso seja a famosa peça de John Cage, o “4’33””, também chamada de peça silenciosa. Aqui, a negação da articulação de sentido entre o todo e as partes leva à existência de apenas dois momentos, os gestos do começo e fim de cada

16 Cf. aqui o T.W. Adorno, “Schönberg und der Fortschritt” em *Philosophie der neuen Musik* (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1976, pp. 36-126.

um dos três movimentos da obra. O trabalho artístico fica à cargo dos ouvintes, que devem, eles mesmos, converter em música os ruídos da sala de concerto. A concepção é inteligente e produtiva, mas não deixa de ser problemática, por exigir demais do público, atribuindo-lhe a responsabilidade pela constituição interna do artefato.¹⁷

Antes, porém, de abordar de frente a literatura da destruição, alguns comentários preliminares são necessários. Deve-se sublinhar, primeiramente, que a ênfase na forma diferencia a literatura da destruição, como concebida aqui, das narrativas que trazem a negatividade no plano daquilo que é relatado, ou mesmo dado como testemunho. O exemplo mais veemente e dramático disso é a chamada literatura do holocausto. O mundo descrito em Auschwitz é terrível; as atrocidades inimagináveis; o conceito de humanidade horrendamente ausente – e no entanto, com o passar do tempo, os relatos negros sobre o campo de concentração foram sendo incorporados a uma *área de estudo*, os *Holocaust Studies*; como resultado, foram convertendo-se em um campo semântico sem tanta relação com nosso *hic et nunc*. Ou até mesmo pior do que isso: justamente porque o mundo da Shoah e do nazismo vai tornando-se um universo à parte, desconectado do presente¹⁸, ele passa a funcionar, em sua simples enunciação, como uma legitimação do existente. Para dizer ainda de outra forma, quando não há uma crítica ao horror existente *neste* momento, o simples fato de que *aque-la* barbárie inominável não existe, joga uma luz positiva sobre nosso tempo. (E o mesmo ocorre, diga-se de passagem, com grande parte do discurso teórico sobre as ditaduras latino-americanas.) Seja como for, que o holocausto tenha se transformado em uma indústria, não apenas nas ações judiciais de compensação que raramente chegam aos sobreviventes¹⁹, mas como força propulsora para toda uma produção de

17 Cf. Fabio Akcelrud Durão. (2005). “Duas formas de se ouvir o silêncio: revisitando 4’33””. *Kriterion: Revista de Filosofia*, 46, 2005, pp. 429-441.

18 É tentador identificar aqui um processo análogo àquele descrito por Fredric Jameson no qual o passado torna-se um estilo. Cf. “Nostalgia for the present”, em *Postmodernism; or, the cultural logico f late capitalism* (Durham: Duke University Press, 1991), pp. 279-296.

19 Norman G. Finkelstein. *The Holocaust Industry*. 2ª.ed. (Londres: Verso, 2003).

mercadorias culturais – isso deveria ser suficiente para mostrar como é problemática a destruição confinada ao âmbito do conteúdo.

O segundo comentário que deve ser mencionado a essa altura refere-se às distinções entre o projeto de uma literatura da destruição e a crítica desconstrutivista, uma corrente teórica ainda forte no ambiente intelectual da América Latina.²⁰ A literatura da destruição como proposta aqui não tem preocupações ontológicas; ela não concebe o literário como algo sobre o qual se possa associar enunciados descritivos, que seriam extrapoláveis – pelo contrário, ela só existe na medida em que se apresente como *acontecimento* de leitura. Na realidade, ela respeita a divisão das diferentes esferas de funcionamento discursivo da modernidade, garantindo um espaço para a arte e a literatura, e recusando-se a submergi-lo em uma crítica abrangente da metafísica.²¹ Ao abster-se de fazer uma crítica da racionalidade *tout court* e ao manter-se dentro dos limites do estético, a literatura da destruição abre mão de ambições filosóficas mais amplas, rejeitando assim a generalização de enunciados e a *aplicação* de uma teoria (a da destruição) aos artefatos. Ao invés disso, ela reveste-se de uma intransitividade radical, que se exaure a cada objeto e lhe retira aquilo que somente ele pode dar. Após a destruição só resta aquilo que a destruição deixa entrever, para este caso específico no qual ocorreu. Não se transporta ruínas.

É claro, é fácil prever uma objeção nesse ponto do argumento: o topos da destruição seria uma marca registrada do modernismo, e, como tal, algo *passé*. Nossos tempos seriam regidos por outras preocupações composicionais, não mais iconoclastas ou niilistas, mas centrífugas ou expansivas, por assim dizer. Nossa época pós-moderna seria marcada por um primado de procedimentos tais como a intertextualidade e citabilidade, a paródia²², o pastiche, a colagem, a montagem, a

20 Nos Estados Unidos, já desde meados dos anos de 1990, a desconstrução vem sendo suplantada por teorias pós-coloniais, quer e de minorias. Ela sobrevive mais fortemente quando torna-se um *componente* de uma outra teoria.

21 Para uma discussão da aporia entre soberania e autonomia da arte em Adorno e Derrida, cf. *Modernism and Coherence*, op.cit. p. 20-30.

22 Linda Hutcheon, *A Theory of Parody*. Nova York: Methuen, 1985.

disseminação, o alastramento dos sentidos, a polifonia, a heteroglóssia, o dialogismo, o hibridismo... Há vários problemas com essa posição. O primeiro deles é ter como pressuposto, não apenas que haja de fato ocorrido uma mudança total que deixou o passado para trás, sem resíduos, mas que o velho é necessariamente inferior ao novo, que nosso presente tem um poder absoluto de julgar aquilo que se foi e não o contrário. Como já foi apontado várias vezes, o irônico nessa crença em um começo a partir do nada é tratar-se de um topos tipicamente modernista, que instaurou ele mesmo a ruptura como procedimento composicional. Talvez não seja assim tão fácil se livrar, não tanto do modernismo, quanto das conquistas modernistas, nem mesmo que seja através do preço que pagamos ao esquecê-las. Além disso, é importante levar em consideração o componente temporal que reveste as obras modernistas, e que faz com que haja um abismo entre a concepção que se tinha delas no momento de sua publicação e recepção por seus contemporâneos, e aquilo em que se tornaram para nós. Na história do envelhecimento das obras desprende-se verdade. O processo de construção modernista com frequência amparava-se em algum tipo de positividade, fosse na ideia de mito (*Ulisses*, de Joyce), de ordem (*The Waste Land*), de tradição (*Os Cantos*, de Pound), ou de nação (em muito do modernismo brasileiro). Aquilo que para nós, hoje, se mostra como objetos intensamente compostos só pôde tornar-se visível com o esvaziamento de tais crenças, que, no entanto, foram indispensáveis para o surgimento das obras. De fato, o argumento pode ser vislumbrado do outro lado, apontando-se para uma insuficiência inescapável dos textos posteriores ao modernismo, por ainda não terem tido o tempo necessário de se tornar diferentes de si mesmos. Nesse sentido, as obras modernistas ocupariam uma posição privilegiada, na medida em que não estariam distantes demais, apresentando assim uma imediaticidade favorável, mas já conteriam em si o acúmulo necessário de tempo para não serem idênticas a si próprias.

Porém, a ideia mais enfática contra a linha de pensamento que contrapõe a paródia e o pastiche à destruição é a de que, com seu pretenso apelo à liberdade e à multiplicidade, ela ajusta-se perfeitamente

à descrição da crise da cultura com a qual comecei. O resultado disso é uma des-diferenciação das obras (e o conceito de textualidade contribui bastante para isso²³), a perda de sua singularidade como artefatos, a sua des-objetivação. Note-se que isso vale tanto para a concepção a priori do artista a respeito daquilo que está fazendo, quanto para as preocupações da crítica – com efeito, vale observar que essas últimas recentemente têm impingindo fortemente sobre àquela, de modo que muitos escritores, conscientemente ou não, parecem compor já tendo em mente os pressupostos com os quais serão lidos por tipos específicos de crítica, como a pós-colonial e a feminista.

II

Tudo o que foi dito até aqui faria muito pouco sentido se não estivesse amparado pelo confronto com um caso concreto, não algo que ilustre, comprove ou meramente exemplifique, mas que dê concretude e faça existir aquilo que de outra forma seria tão-somente *wishful thinking*. A ideia de uma literatura da destruição faz pensar imediatamente em escritores como Beckett, Thomas Bernhard, Yaakov Shabtai ou mesmo Machado de Assis. O autor de que gostaria de tratar, no entanto, é James Joyce. A hipótese interpretativa a ser perseguida é a de que sua obra destrói várias categorias literárias, como as de autoria, de enredo e até mesmo a de obra. Para os fins desta apresentação, no entanto, será suficiente ater-se a uma outra, talvez relativamente mais simples, mas nem por isso menos importante, a saber, a categoria do personagem.

Deveria ser desnecessário apontar para o que está em jogo com ela. A ideia de personagem é aquilo que mais imediatamente liga o narrar ao conceito de humano e ao antropomorfismo. A humanização dos personagens foi uma conquista civilizatória e o declínio da categoria no presente aponta para uma crise ampla da subjetividade. Uma vez que personagem e sujeito implicam-se mutuamente, ele também

23 Cf. Fabio A. Durão, "Do Texto à Obra" *Alea*, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, Junho 2011.

está vinculado à responsabilidade jurídica e moral: a pessoa (física ou jurídica) é o personagem do discurso legal. Em conexão com isso, é ele que é o agente da ação política e ética, e que dá unidade à experiência individual (a continuidade de nossos “eu”s nas narrativas que contamos para nós e que nos contam). Dessa maneira, inevitavelmente, como o resultado de uma história interior à arte, a destruição do personagem aponta para desenvolvimentos com relevância que a transcende. Por outro lado, do ponto de vista da teoria, a obsolescência de uma visão antropomórfica do personagem já foi há muito notada. No mínimo já desde os anos heroicos do estruturalismo, passando pela desconstrução, ela vem sendo atacada, embora recentemente algo da tenacidade de seu anti-humanismo tenha afrouxado. A crítica ao humanismo foi um denominador comum a Foucault, Derrida, Deleuze e Lacan, entre outros. Por exemplo, há mais de quarenta anos, Roland Barthes proclamou celebrenemente que: “*Lorsque des sèmes identiques traversent à plusieurs reprises le même Nom propre et semblent s’y fixer, il naît un personnage. Le personnage est donc un produit combinatoire [...]. Le Nom propre fonctionne comme le champ d’imantation des sèmes*”. Ou ainda, “*la personne n’est qu’une collection de sèmes [...] Dès lors qu’il existe un Nom (fût-ce un pronom) vers quoi affluer et sur quoi se fixer, les sèmes deviennent des prédicats, inducteurs de vérité, et le Nom devient sujet.*”²⁴

O problema com uma posição como esta é que ela realiza-se em um âmbito primordialmente teórico. A lógica subjacente ao *S/Z* é paradoxal: o livro tenta extrair o *scriptible*, o escrevível, de um texto tradicional, *lisible*, que podemos traduzir como lisível, ao invés de “legível”. É como se todos os muito interessantes achados do livro acontecessem pedindo desculpa, como não sendo *ainda* o Texto realmente múltiplo e infinito, que, no fundo, empiricamente, não existe. Nem mesmo o *Finnegans Wake* é plenamente um *texte*. Ou seja, esse tipo de abordagem é tanto mais atraente quanto mais for contra-intuitiva. Uma vez que a destruição se torna esperável, algo dado, ela ajusta-se muito bem à máquina acadêmica, passando então a traír seu objeto. Por fim, vale

24 *S/Z* in *Oevres complètes*, Édition établie et présentée par Éric Mary (Paris: Seuil, 1994), p.600; 684.

lembrar que esse tipo de destruição simplesmente ignora aquilo que existe de inegavelmente antropomórfico na maioria dos personagens, e com o que se deve começar.

É isso que nos leva à obra de James Joyce. Com efeito, retroativamente é possível organizar o corpus joyceano de modo a ver nele um percurso de destruição do personagem. Em *Portrait of the Artist as a Young Man*, o desafio a essa categoria narrativa encontra-se na estranha posição do narrador, que de tal forma identifica-se com Stephen Dedalus, que praticamente se mistura a ele. Isso só acontece porque o romance é autobiográfico sem exatamente assumir-se como tal. Em outras palavras, a experiência de Joyce como autor não é colocada como confissão, não há um teor de testemunho, por assim dizer; pelo contrário, aquilo que foi vivenciado por Joyce é trabalhado rigorosamente como um *material* narrativo como qualquer outro, sem aparentemente ter qualquer privilégio a priori. Em *Dubliners*, ocorre o contrário, pois a maioria dos personagens carece tanto de representatividade que é tentador encará-los, apesar de todo realismo dos contos, como índices, símbolos ou alegorias de alguma outra coisa (geralmente são tidos como significando a paralisia da Irlanda...). E, é claro, o *Finnegans Wake* dispensa comentários, porque aqui os personagens já desapareceram por completo. HCE e ALP não são exatamente pessoas, nem Jerry e Kevin, ou Shem e Shaun. Se eles resistem à organicidade que se espera de algo antropomórfico, o que dizer então de tantas outras figuras que vão e vem por todo o livro? É por isso que o momento-chave para a problematização do personagem é o *Ulisses*, a obra na qual se testemunha a dissolução metódica dessa categoria.

Como se sabe, a estrutura composicional dominante nos primeiros episódios do romance é a do monólogo interior (também imprecisamente chamado de “fluxo de consciência”), uma técnica desenvolvida a partir da exacerbação do discurso indireto livre, e que parecia revolucionária no início do século XX por transmitir um grau até então inédito de imediaticidade do pensamento e a espontaneidade do sentir. Por bastante tempo, o monólogo interior foi apresentado como de longe a maior conquista literária de *Ulisses*. O uso que Joyce

faz dele traz, no entanto, algo de dialético, porque o fechamento do foco narrativo na consciência do personagem abre o texto para o repertório que o constitui. O monólogo interior de Stephen mostra-se como uma imensa enciclopédia literária; já o de Bloom, um ser totalmente poroso ao universo que o cerca, tende a englobar a realidade sensorial que lhe toca, incluindo cheiros, sons, o tato, as memórias e também o corpo, em sua dimensão mais física e palpável. Em ambos os casos, porém, a consequência direta da representação associativa da mente do personagem é um apagamento do contexto no qual a ação ocorre, bem como uma fragmentação da percepção, agora submetida à arbitrariedade e capricho do personagem. Vejamos o caso do episódio “Lotófagos”. Leopold Bloom acabou de pegar a carta de Martha, sua correspondente erótica secreta, e quer logo lê-la. No entanto, encontra M’Coy, um conhecido chato:

M’Coy. Get rid of him quickly. Take me out of my way. Hate company when you. / M’Coy. Dispense rápido. Me tirar do caminho. Odeio companhia quando.

A conversa desenrola-se sofrivelmente até que Bloom encontra uma mulher bonita do outro lado da rua. A citação é grande, mas necessária:

Mr Bloom gazed across the road at the outsider drawn up before the door of the Grosvenor. The porter hoisted the valise upon the well. She stood still, waiting, while the man, husband, brother, like her searched his pockets for change. Stylish kind of coat with that roll collar, warm for a day like this, looks like blanketcloth. Careless stand of her with her hands in those patch pockets. Like that haughty creature at the polo match. Women all for cast till you touch the spot. Handsome is and handsome does. Reserved about to yeild. The honourable Mrs and Brutus is an honorable man. Possess her once take the starch out of her.

– I was with Bob Doran, he’s on one of his periodical bends, and what do you call him Bantam Lyons. Just down there in Conway’s we were.

[...]

– And he said: *Sad thing about our poor friend Paddy! What Paddy?* I said. *Poor little Paddy Dignam*, he said.

Off to the country: Broadstone probably. High brown boots with laces dangling. Wellturned foot. What is he foostering over that change for? Sees me looking. Eye out for other fellow Always. Good fallback. Two strings to her bow.

– *Why?* I said. *What's wrong with him?* I said.

Proud: rich: silk stockings.

– Yes, Mr Bloom said.

He moved a little to the side of M'Coy talking head. Getting up in a minute. (Gabler, p. 60-1)

O senhor Bloom mirava do outro lado da rua o docar encostado diante da porta do Grosvernor. O porteiro içou a valise até o espaço entre os assentos. Ela esperava, imóvel, enquanto o homem, marido, irmão, seu igual, vasculhava os bolsos em busca de troco. Casaquinho chique com aquela gola enrolada, quente pra um dia desses, parece feito de cobertor. Postura descuidada a dela com as mãos naqueles bolsos de chapa. Que nem aquela criatura altiva lá no jogo de polo. Mulheres todas castas até você acertar o ponto justo. Quem ama bonito bonito parece. Reservada a ponto de ceder. A honrada senhora Brutus é um homem honrado. Possuída uma vez perde a goma.

– Eu estava com o Bob Doran, ele anda numa daquelas bebedeiras de sempre, e o como é que chama o Garnizé, o Lyons. Bem ali no Conway a gente estava.

[...]

– E ele disse: *Coisa mais triste com o coitado do nosso amigo Paddy! Que Paddy?* eu falei. *O coitadinho do Paddy Dignam*, ele falou.

Indo pro campo: Broadstone provavelmente. Botas longas marrons com os cadarços balançando. Pé bentorneado. Mas por que é que ele está se enrolando com aquele troco? Viu que eu estou olhando. De olho sempre em outros tipos. Boa provisão Dois pássaros na mão.

– *Por que?* eu falei. *O que é que ele tem?* eu falei.

Orgulhosa: rica: meias de seda.

– É, o senhor Bloom disse.

Foi um pouco para o lado da cabeça falante de M'Coy. Vai subir daqui a pouco. (Tradução de Caetano Galindo, p. 188-189)

Para economizar tempo e papel, vou direto à minha hipótese de leitura: assim como em outros trechos, nesse podemos observar como as técnicas representacionais posteriores de *Ulisses* já estão presentes, em germe, no funcionamento do monólogo interior. Aquilo que a princípio parece ser uma fragmentação ocasionada pela percepção, pelo fato de o narrador encontrar-se dentro da mente do personagem, por assim dizer, converter-se-á posteriormente em um rompimento da integridade do corpo do personagem. Isso pode ser verificado em vários casos nesse fragmento. Em primeiro lugar, a “*talking head*” de M'Coy, expressa a impaciência de Bloom, mas quando contrastada com a autonomização das partes do corpo em “*Circe*” adquire algo de literal e diante do jogo associativo que *Ulisses* incessante e impiedosamente encoraja, ligar a expressão anacronicamente ao grupo de rock norte-americano (independentemente de uma apropriação consciente deste último) não vai contra o espírito da obra. A estrutura *en abyme* da conversa de M'Coy chamará a atenção para o distanciamento intrínseco ao narrar, que é condição de possibilidade de todas as paródias do episódio “*Cíclope*”, por exemplo. O “said: *Sad*” apontará para o jogo do significante em “*Sereias*”, bem como a escrita propositadamente ruim de “*Eumeu*”. Os vazios da referência, aquilo que o Sr. Bloom não está ouvindo da conversa com M'Coy, serão um princípio estruturador do romance como um todo, que em muitas passagens diz muito mais por aquilo que cala, do que pelo que expõe.²⁵

Vale então repetir o ponto central, a saber, que é a partir da construção narrativa mais fiel à verossimilhança psicológica que surgem aqueles traços composicionais que marcarão o aspecto inorgânico da obra, o pastiche e a paródia, a citação e a consciência do livro

25 Cf. Hugh Kenner, “The Rhetoric of Silence”, *James Joyce Quarterly*, vol.14, no.4, 1977.

de si mesmo como tal.²⁶ Para dizer de outro jeito, na organicidade associativa de pensamento de Stephen, Bloom ou Molly já é possível detectar – sem dúvida retroativamente, a partir das conquistas finais da obra – a presença daquilo que Hugh Kenner chamou de o arranjador,²⁷ uma instância textual superior à do narrador, que parece fazer o que bem quer com a disposição textual. Ou ainda, nas palavras de Karen Lawrence, “o que acontece em um nível narrativo nos capítulos posteriores é antecipado no nível do personagem no começo. As associações frequentemente arbitrarias que caracterizam o fluxo de consciência dos personagens nos seis primeiros capítulos antecipam as frases arbitrarias que pipocam nas manchetes de ‘Eolo’, à medida que o ‘hábito de pensamento’ associativo infiltra-se na própria narrativa”.²⁸ Para ser mais enfático ainda, é possível afirmar que não se trata somente de uma lógica retroativa, segundo a qual o desenvolvimento dos episódios posteriores lança uma luz sobre os iniciais; mais do que isso, estes últimos mostram-se como condição de possibilidade para aqueles. O retrato com um grau de fidedignidade inaudita até então à psique humana seria aquilo que permitiria o surgimento das estratégias que em última instância dissolveriam a representação dos personagens no *Ulisses*, de James Joyce.

Resta agora somente acrescentar uma ideia, à guisa de conclusão: essa destruição do personagem via aquilo que o constitui narrativamente *não impede a representação da dor*. As paródias de “Ciclope”, as alucinações de “Circe”, a má escrita de “Eumeu” ou mesmo a aridez da pergunta-e-reposta de “Ítaca” destroem a representação do personagem, mas não conseguem suplantar por completo o antropomórfico, que continua a existir, ainda que de maneira espectral. *Pelo contrário, seria até mesmo possível defender que a aniquilação da imediaticidade, de uma imagem diretamente acessível do personagem, obriga que o leitor*

26 Hugh Kenner, *Flaubert, Joyce and Beckett: The Stoic Comedians* (Boston: Beacon Press, 1962), pp. 30-66.

27 *Ulysses* rev.ed. (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1987), pp.61-71.

28 *The Odyssey of Style in Ulysses* (Princeton: Princeton University Press, 1981), p.13; cf. também pp. 38-54.

reconstrua em sua mente aquilo que a densidade do estilo torna mais difícil de ver. O trabalho que deve ser assim executado instauraria uma proximidade enorme com esses seres que habitam a narrativa, porém sem uma representação unificada. Para tentar colocar a questão sucintamente: o que o Ulisses nos apresenta é o paradoxo de uma construção e desfutura do retrato do personagem, que não abole o sofrimento. Despersonaliza-o, mas não o abole. A perda do filho Rudy, o suicídio do pai Virag, o futuro sexual da filha Milly, a assombração do episódio do adultério de Molly e a presença constante até às 16h, e depois, de Blazes Boylan – tudo isso está lá, ligado a Bloom, mas não confinado a uma figura visível e identificável. A dor torna-se pungente justamente por uma somatização que dilacera a imagem de corpo. Se essa hipótese de leitura estiver correta, se for realmente possível conceber a representação do sofrimento sem o princípio individualizador presente na ideia de corpo, então seria cabível imaginar uma saída ou resposta para um interdito básico da filosofia moral, aquilo que é, eticamente, o unimaginável por excelência: uma comunicação da dor. Nesse sentido, a destruição do personagem, com toda a bagagem cultural que traz consigo – os diversos níveis e facetas da crise – não seria algo em vão.

CAPÍTULO 10

UMA ANÁLISE DA DISCURSIVIDADE DOS SENTIDOS DE FAMÍLIA E POBREZA NO PROGRAMA BOLSA FAMÍLIA

Leila Maria Franco¹

1. INTRODUÇÃO

A língua constitui a base material dos processos discursivos, os quais são fortemente articulados com a exterioridade – os processos sócio-históricos e, por isso, mobilizadores da produção de sentido. Digo essas coisas porque é do lugar de analista do discurso que proponho mostrar os sentidos de *família* e de *pobreza* presentes na Lei n. 10.836, de 09 de janeiro de 2004, e no Decreto n. 5.209, de 17 de setembro de 2004 que instituem o Programa Bolsa Família² (de agora em diante PBF), implantado no primeiro mandato do governo Lula, mais especificamente no ano de 2003. Isso porque é bastante recorrente na Lei e no Decreto as palavras *família* e *pobreza* o que nos chamou atenção,

1 Professora da Universidade do Estado de Minas Gerais – Campus de Frutal. Doutora em Estudos Linguísticos pela UNESP/IBILCE.

2 Bolsa Família será assim grafado, conforme disposto na Lei n. 10.836 de 09 de janeiro de 2004 e no Decreto n. 5.209, de 17 de setembro de 2004.

pois, na formação discursiva em que elas significam, os sentidos emanam por aquilo que pode e deve ser dito pelos sujeitos discursivos (PÊCHEUX, 1997, p. 163).

Pela sua relação fundamental com o político, a Análise do Discurso (referida a partir de agora como AD) é o dispositivo teórico escolhido, uma vez que possibilita mostrar as especificidades históricas-políticas, na condição de objetos simbólicos, a fim de questionar os sentidos que tais palavras produzem no contexto histórico de implantação do Programa Bolsa Família e as bases que os sustentam. A perspectiva discursiva, com efeito, possibilita aqui a compreensão dos sentidos de *família* e *pobreza* como objeto linguístico afetado pelo discurso, ou seja, pelos processos históricos de significação.

A Análise do Discurso tem como objeto próprio de estudo o discurso, definido como “o efeito de sentidos entre locutores” (PÊCHEUX, 1969). Tal definição traz para si as marcas da articulação da língua com a história para significar. No discurso, trabalha-se com as formas materiais (linguístico / estrutura; histórica / acontecimento), formas linguísticas inscritas no mundo, significando os sentidos e os sujeitos e significando-se pelos sujeitos que a praticam (ORLANDI, 2001b, p. 63).

Do lugar da AD, falo ainda da língua da ordem material, da opacidade, da possibilidade de processos outros de significação que podem se inscrever nos nomes *família* e *pobreza*, na Lei e no Decreto, e da marca da história inscrita nela mesma. É a condição da materialidade para compor o tecido discursivo, o modo como são mobilizados os saberes e o outro. Com efeito, a língua é uma questão política, para tratar do dentro e do fora, do próximo e do ausente, lugar no qual as palavras - *família* e *pobreza* - até podem silenciar-se e, ao silenciarem, abrir espaço para produzir sentidos outros, pois são formuladas em função das posições políticas assumidas no momento em que o dito é dito.

Ao articular o linguístico ao histórico, a AD coloca a língua na relação com os modos de produção social: não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia. Há, entre os diferentes modos de produção social, um modo específico, que é o simbólico. Existem, pois,

práticas simbólicas significando o social. A materialidade do simbólico assim concebido é o discurso (ORLANDI, 2001b, p. 63).

O estudo do discurso toma a língua materializada na forma de texto – forma linguístico-histórica. Como consequência, é, no discurso, que se concentram, se intrincam e se confundem as questões relativas à língua, à história e ao sujeito. Nesse sentido, o sujeito – mais especificamente, a posição-sujeito-lexicógrafo, a posição-sujeito-político - é sujeito à língua e à história, pois, para ganhar existência e produzir sentidos, ele é afetado simultaneamente por elas. Dessa forma, sofre os efeitos do simbólico, pois, se assim não for, não ganha existência, não é sujeito do sentido. Com efeito, os discursos não são fixos, acabados, estão sempre se movendo e sofrendo transformações, acompanhando as mudanças sociais e políticas que integram a vida humana. Logo, como ensina Orlandi (2001a, p. 15), a palavra discurso toma a ideia de curso, de percurso, de movimento. A palavra em movimento, prática de linguagem que se realiza por meio de uma materialidade linguística, pois precisa dela para ter concretude material ou real.

Pensar a língua na relação com o discurso é, então, mostrá-la como lugar da incompletude - um permanente confronto do real da língua com o real da história - pois não basta trabalhar apenas o real da língua; é necessário, e definidor no campo da AD, trabalhar com o real da história (ORLANDI, 2001b, p. 39). Ou seja, a língua na sua própria ordem, como sistema significante, sujeita a falhas, deslizes, inscrevendo-se na história para significar, na produção necessária, o equívoco, o qual traz à luz a verdade do sujeito que enuncia, ao produzir uma falha material que foge ao seu controle. Essa falha materializada na/pela língua não pode ser recoberta, o que possibilita a produção de sentidos outros, que apontam a posição ocupada pelo sujeito discursivo - a do lexicógrafo e a do político - assim como as formações discursivas em que seu dizer se inscreve para produzir determinados efeitos de sentidos. Logo, não é o sujeito que fala a língua, mas, sim, a língua que fala a verdade do sujeito, uma vez que aponta para as suas formações ideológicas e para os vários discursos que legitimam seu dizer.

Se é no interior de questões colocadas pela língua que a exterioridade ecoa, o signo se situa num espaço de interlocução, no qual palavras, expressões ou estruturas sintáticas não são, suficientemente, a garantia de sentido para o texto, pois as condições sócio-históricas de produção de um discurso também são constitutivas de suas significações, razão pela qual a AD tem a exterioridade como necessária no processo de análise discursiva.

Com efeito, ao mostrar a significação de *família* e *pobreza*, do ponto de vista discursivo, Orlandi (2001b, p. 86) lembra que as palavras não significam em si. Elas significam porque sua interpretação deriva de um discurso que as mantém, que as provê de realidade significativa. Assim, tomo essas palavras para falar da significação, pois “o funcionamento lexical está relacionado com os processos históricos de significação” (NUNES, 2006, p. 150). Nesse caso, remeter o léxico ao sujeito e à história, à compreensão das palavras do discurso (NUNES, 2006, p. 150) e, conseqüentemente, entender como essas palavras foram mobilizadas, a exemplo, pela posição-sujeito-político, no contexto do Programa de Transferência de Renda Mínima Bolsa Família.

Segundo Nunes (2006), se o fato linguístico é social, o fato lexical também o é; assim, está sujeito às forças sociais que permeiam as relações entre os sujeitos e aos saberes em movimento. Logo, o léxico, assim como a língua, é um sistema aberto, pois um elemento lexical pode assumir significações outras, dotando a língua de relações bastante diversificadas. Ou seja, *família* e *pobreza* podem ter sentidos diferentes, de acordo com Nunes, dependendo da posição sustentada pelos sujeitos – a do lexicógrafo, a do Estado - de modo que, ao se significar no discurso, os sujeitos que as usam significam no léxico. Isso porque o discurso é uma exterioridade à língua, inscreve-se na conjuntura sócio-histórica e envolve questões de natureza não estritamente linguística (os aspectos ideológicos e sociais inscritos nas palavras).

E o político? Para Pêcheux (1975), o político – o confronto do simbólico com o político – não está só no discurso político, mas está discursivamente presente em todo discurso (ORLANDI, 2012, p. 55), uma vez que os sentidos e os sujeitos são divididos e têm uma direção

que não é indiferente à sua relação com a ideologia (ORLANDI, 2012, p. 55). O político se inscreve na divisão dos sujeitos e dos sentidos porque a formação social é regida, pela diferença, pela divisão, pela dispersão discursiva. O político está no fato de que, como a sociedade é dividida, há, pois, uma divisão nos sentidos; eles não significam, com efeito, pelo mesmo, para todos, mas sim, pela diferença. Daí, o equívoco – a incompletude dos sentidos – como funcionamento do político. E o fato de ter um direcionamento, um sentido diferente constitui um fato político, e é essa concepção de político que alinharemos nosso estudo.

Nesse sentido, Orlandi (2012) considera o político como dissenso, relação de força que se simboliza, ou, em outras palavras, o político, para a autora, reside no fato de que os sentidos têm direções determinadas pela forma de organização social que se impõe às posições-sujeito que foram interpeladas. Não há forma de estar no discurso sem se constituir em uma posição-sujeito – posição-sujeito-lexicógrafo, posição-sujeito-Estado – e sem, portanto, se inscrever em uma ou outra formação discursiva que, por sua vez, é a projeção da ideologia no dizer dessas posições-sujeito.

O político é aqui então compreendido de um ponto de vista discursivo, sendo definido pelo fato de que “o sentido é sempre dividido” (ORLANDI, 2012, p. 55). Essa divisão possui uma direção que não é indiferente às injunções que derivam da forma da sociedade tomada na história em um mundo significado e significante, em que as relações humanas são simbolizadas. Ou seja, uma reflexão sobre como faz circular os sentidos de *família* e *pobreza* pelas instâncias do Estado – o modo pelo qual ele dá sentido a essas palavras. Uma reflexão acerca da Língua do Estado, pois representa o pensamento do Estado. Isso porque o discurso político possui uma materialidade linguística e, como consequência, essa materialidade e esse acontecimento são inseparáveis, porque não existe de um lado a linguagem (o dentro) e de outro o histórico (o fora). Eles se fundem para produzir efeitos de sentido que podem assumir um valor eminentemente político. Por outro, porque o discurso é sempre produzido por sujeitos sócio-historicamente

determinados, condicionados a regras (linguísticas e históricas) que regulam as práticas discursivas.

Com efeito, a AD não se afasta da ideia de que um enunciado pode tornar-se outro diferente dele mesmo, deslocando-se do seu sentido para derivar outros sentidos. Esse deslocar de sentidos revitaliza a movimentação de sentidos, reorganizando modos de dizer acerca dos sentidos de *família* e de *pobreza* no PBF.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As proposições teóricas apresentadas conduzem ao estabelecimento dos procedimentos metodológicos que possibilitem a operacionalização do referido aparelho conceitual, com vistas à execução da análise do *corpus* escolhido para estudo.

Tal objetivo nos conduz, uma vez mais, à teorização, pois, na AD, a exaustividade e a completude, mitos tão requeridos nas análises empíricas, são critérios não contemplados. Vale dizer, então, que a Análise do Discurso é uma teoria crítica da produção da linguagem, cujo objetivo é mostrar o funcionamento dos textos e observar a sua articulação com a exterioridade – as condições de produção do discurso e o contexto histórico-social – nos processos de significação. Com efeito, define-se como método linguístico-histórico-crítico (ORLANDI, 2001b).

A noção de método implica, na AD, tanto o dispositivo teórico da interpretação quanto o dispositivo analítico construído a cada análise. O dispositivo teórico é o mesmo, mas o dispositivo analítico não, uma vez que se circunscreve em torno das perguntas de pesquisa propostas aqui, em relação à natureza do material que será analisado e à finalidade do estudo, a saber: quais os efeitos de sentido para *família* e *pobreza* no *corpus* de estudo? E, mais especificamente, qual a concepção de *família* e de *pobreza* na Lei e no Decreto que instituem o PBF e como essa concepção trabalha, supostamente, tanto o deslocamento quanto a fixação de sentidos outros? O que está silenciado, sujeito a

equivoco, na discursividade dos sentidos de *família* e de *pobreza* no Programa Bolsa Família?

Então, para mostrar a movimentação desses sentidos nas alocações discursivas que constituem o nosso *corpus* de estudo, o movimento de análise iniciou-se pela delimitação das sequências discursivas que comporam o *corpus* de estudo. E, para mostrar esses sentidos, recorro aqui à polissemia, às paráfrases, às contradições, à determinação restritiva, aos efeitos de sustentação de um mesmo sentido e de silenciamento, enfim, do que caracteriza o campo lexical dessas palavras na conjuntura sócio-histórica na qual se inscrevem.

E assim como primeiro momento da análise, aponto o sentido de *família* e, posteriormente, o de *pobreza*, partindo do que está dicionarizado no Aurélio (FERREIRA, 1995), a fim de compreender como esses sentidos têm se estabilizado e circulado na sociedade. Num segundo momento, mostro, na Lei e no Decreto, as discursividades que trabalham os sentidos possíveis para *família* e *pobreza* no Programa Bolsa Família, na tentativa de verificar se eles se mantêm ou se há deslocamentos para eles. Coloco assim um discurso estabilizado que é o do dicionário, em confronto com o discurso político o qual pode trazer significações específicas, algumas das quais, provavelmente, não foram contempladas no dicionário. Isso permite refletir acerca dos deslocamentos de sentido que o discurso político possivelmente produz em relação a uma memória já fixada.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Passo agora à análise dos sentidos de *família* e *pobreza*, no dicionário, na Lei e no Decreto.

3.1 OS SENTIDOS DE FAMÍLIA

Com relação aos sentidos de família, inicio, pois, mostrando como a significação tem sido construída em torno do nome *família* no

dicionário de Ferreira (1995) e, em seguida, na Lei n. 10836, de 9 de janeiro de 2004:

Família. S.f. **1.** Pessoas aparentadas, que vivem, em geral, na mesma casa, particularmente o pai, a mãe e os filhos. **2.** Pessoas do mesmo sangue. **3.** Ascendência, linhagem, estirpe social. [...] **9.** *Sociol.* Comunidade constituída por um homem e uma mulher, unidos por laço matrimonial, e pelos filhos nascidos dessa união. **10.** *Sociol.* Unidade espiritual constituída pelas gerações descendentes de um mesmo tronco, e fundada, pois, na consanguinidade. **11.** *Sociol.* Grupo formado por indivíduos que são ou se consideram consanguíneos uns dos outros, ou por descendentes dum tronco ancestral comum e estranhos admitidos por adoção. [...] (FERREIRA, 1995, p. 281).

Lei 10836, de 9 de janeiro de 2004 Art. 2º, do parágrafo 1º, inciso I.

Família, a unidade familiar, eventualmente ampliada por outros indivíduos que com ela possuam laços de parentesco ou de afinidade, que forme um grupo doméstico vivendo sob o mesmo teto e que se mantém pela contribuição de seus membros (BRASIL, 2006).

O nome *família* no dicionário é polissêmico. Ele se refere a pessoas que, em relação à(s) outra(s), pertencem à mesma família, quer por laços de sangue (*consanguinidade*), reiterado igualmente pela rede sinonímica nominal *estirpe*, *linhagem*, *ascendência*, quer por *laços matrimoniais* com seus respectivos filhos biológicos ou não dessa união. Já noto aí, de um lado, que as formas nominais *linhagem*, *estirpe* revelam uma identificação valorativa de condição, prestígio social ao nome *família* e, por outro, que *família* é referente a casa, à vida familiar, dentro de um contexto doméstico (*na mesma casa*) e que tem, na sua composição, o pai, a mãe e os filhos.

Na definição desse nome, Ferreira (1995) se refere em três momentos à significação sociológica, o que revela uma memória acerca do modo que o verbete *família* fora significado, já na primeira edição do

Aurélio, datada de 1975. Muito embora esse dicionário tenha passado por outras edições, seguidas de atualizações, a exemplo a da 3. ed., na qual me baseio, permanece inscrito a imagem do grupo social *família* que fora construída e que se projeta na atualidade ainda.

Assim, a compreensão dos sentidos desse nome fala acerca da formação social, especialmente no que diz respeito às formas de relacionamentos sociais, ao produzir um modo de falar acerca do núcleo familiar na sociedade. Este modo de dizer é resultante da sedimentação histórica do sentido de *família*, o que garante ao dicionário um lugar de sedimentação desse sentido (NUNES; LAGAZZI-RODRIGUES, 2008, p. 87).

Na Análise do Discurso, o sentido é concebido como “relação a” e isso se reflete quando examino a relação entre o enunciado dicionarizado *família*, confrontando o que é dito desse lugar com o dito na Lei n. 10.836, de 9 de janeiro de 2004, para descrever as diferenças, as retomadas, as reformulações.

Considerando as transformações recentes na configuração das famílias brasileiras, o PBF procura incorporar um conceito mais amplo de família, o qual rompe com os pré-construídos tradicionais de família nuclear como instituição social definida por laços de parentesco, de aliança, deslocando-o para um núcleo de convivência, unido por laços afetivos, compartilhando o mesmo teto.

Nesse sentido, o nome *família*, na Lei e no Decreto, equivalente a *unidades familiares*, é reformulado com outra acepção. Chama aqui a atenção, na definição do sintagma nominal *unidades familiares*, o advérbio *eventualmente* para falar das famílias que se unem por laços casuais, fortuitos, num mesmo *teto*, num mesmo *grupo/contexto doméstico*, sem a celebração de uma autoridade religiosa.

Essa nova significação, reforçada pelas paráfrases *laços casuais*, *fortuitos*, ao entrar na discursividade de *família*, dicionarizada, desestabiliza os sentidos, sedimentados, cristalizados socialmente, uma vez que não pressupõe apenas grau de parentesco *peças do mesmo sangue*, tampouco uma ordem legítima, um sacramento instituído por ordem religiosa (*laços matrimoniais*).

Família na Lei e no Decreto, em comparação ao dicionário, retoma a necessidade de habitação, abrigo (*teto*), lugar de proteção. No entanto, o que determina a constituição de família, nesses documentos oficiais, é o critério econômico. Constitui, assim, uma família até que todos tenham parte numa despesa comum do *grupo doméstico*, habitando o mesmo teto, para o bom andamento daquela unidade familiar. O caráter efêmero das relações nas *unidades familiares* é reforçado quando um dos membros não mais contribui financeiramente, seja por motivos de desemprego, separação, perda de poder aquisitivo, *status*, entre outros.

Também, o nome *contribuição* remete à família, como grupo, como realização de uma função econômica, sob a perspectiva da reprodução da força de trabalho, haja vista que sugere que cada membro dessa unidade familiar contribui igualmente com as expensas familiares para determinados fins: alimentação, vestuário, educação.

Assim, no encontro de uma memória dicionarizada e o espaço da sua atualidade, na Lei e no Decreto, o sentido não é fixo, mas movido e inesperado, resultado de práticas de reelaboração inscritas nas práticas sócio-históricas.

3.2 OS SENTIDOS DE POBREZA

Mostro agora como funciona discursivamente os sentidos de pobreza também em Ferreira e, em seguida, na Lei n. 10.836, de 9 de janeiro de 2004 e no Decreto n. 5.209, de 17 de setembro de 2004:

Pobreza. S. f. Estado ou qualidade de pobre. 2. Falta do necessário à vida; penúria, escassez. 3. A classe dos pobres (FERREIRA, 1995, p. 513).

Lei n. 10.836, de 9 de janeiro de 2004.

Art. 2º, inciso I – o benefício básico, destinado a unidades familiares que se encontrem em situação de extrema pobreza.

Art. 2º, inciso II – o benefício variável, destinado a unidades familiares que se encontrem em situação de pobreza

e extrema pobreza e que tenham em sua composição gestantes, nutrizes, crianças entre 0 (zero) e 12 (doze) anos ou adolescentes até 15 anos.

Art. 2º, inciso III – o benefício variável vinculado ao adolescente, destinado a unidades familiares que se encontrem em situação de pobreza ou extrema pobreza e que tenham em sua composição adolescentes com idades entre 16 (dezesesseis) e 17 (dezesete) anos, [...] (BRASIL, 2004).

Decreto n. 5.209, de 17 de setembro de 2004.

Art. 4º, inciso IV - combater a pobreza.

Art. 14 e 15, inciso II – proceder a inscrição das famílias pobres.

Art. 18 O Programa Bolsa Família atenderá as famílias em situação de pobreza e extrema pobreza, caracterizadas pela renda familiar mensal per capita de até R\$ 100,00 e R\$ 50,00, respectivamente (BRASIL, 2004).

O nome *pobreza*, no dicionário, traz uma extensão de domínio, apontando que se trata da extensão do sentido de pobre. Tal extensão atua em dois sentidos: retira a marca de indivíduo *pobre* e acrescenta o sentido coletivo de classe social *a classe dos pobres*. O nome *classe*, o artigo *a* e a locução adjetiva *de pobres* nos têm muito a dizer. Com efeito, sugere grupo/camada social mais baixa de pessoas (*classe de pobres*) que incide sobre uma representação social, os quais se diferenciam das outras em camadas sociais estratificadas e para cuja formação contribui as diferenças de renda, ou de distribuição de riqueza, amplamente significadas e reforçadas na rede sinonímica nominal *penúria* e *escassez*. Com efeito, o nome *pobreza*, de certo modo, constrói um modo de ver a sociedade, imagem construída que produz identificações que se projetam no tempo e no espaço.

Para falar da locução adjetiva *dos pobres*, a cena enunciativa do nome *pobre*, no dicionário, também é polissêmica ao mostrar o lugar social da significação:

Pobre. Adj. 2 g. **1.** Que não tem o necessário à vida. **2.** Cujas posses são inferiores à sua posição ou condição social. **3.** Que revela pobreza. **4.** Pouco produtivo. **5.** Mal dotado,

pouco favorecido: pobre de inteligência. 6. Digno de lástima; que inspira compaixão. • S. 2 g. 7. Pessoa pobre. 8. Mendigo. Pedinte (FERREIRA, 1995, p. 513)

O exame desta sequência discursiva mostra que há uma circularidade de sentidos que se inscrevem em alguns pré-construídos, funcionando na significação desse adjetivo:

- (i) ao relacioná-lo ao critério econômico *não tem o necessário*, no qual o advérbio de negação *não* vai a sentido oposto ao discurso econômico da posse, do ter, reforçado pelo adjetivo *inferior em posses inferiores*;
- (ii) capacidade para o trabalho *pouco produtivo*;
- (iii) capacidade intelectual *inteligência inferior*;
- (iv) privado da graça *digno de lástima, que inspira compaixão*;
- (v) pária da sociedade *mendigo, pedinte*.

O adjetivo *pobre* está aqui associado ao sentido de inutilidade, um sujeito sem atividade produtiva, sujeito à deriva de uma determinada ordem social. Essa exclusão se faz presente, como pano de fundo, na recorrência dos advérbios *pouco* e *mal* que, quando seguidos dos adjetivos *produtivo*, *dotado*, *favorecido*, constituem paráfrases, uma vez que os advérbios *pouco* e *mal* vão em direção de uma falta: que não produz, que não tem bens, dotes. Se ele produz pouco, então ele não produz. Também, o indivíduo *pobre* é elevado a membro da casta mais baixa – *mendigo, pedinte* – excluído da sociedade, que vive da caridade alheia.

No dicionário, há uma memória discursiva silenciada que identifica o espaço e, ao mesmo tempo, afasta a posição-sujeito *pobre* como aquele que está fora da sociedade, que não tem um teto, do discurso do capital e, conseqüentemente, do mercado.

Portanto, inscrito está aí um discurso cujos sentidos são estabilizados pela moral a qual determina uma identidade para esse cidadão que está em estado de pobreza, que não contribui socialmente em relação aos outros sujeitos sociais. Tal discurso resulta de uma formação

ideológica que fala antes e que divide os indivíduos do mercado, do trabalho, socialmente aceitos – indivíduos do bem –, dos indivíduos do não trabalho, que vivem do assistencialismo, da caridade – indivíduos do mal –, discurso que silencia a dualidade social do ter e, sem dúvida, sinaliza um caráter de denúncia, de combate, de uma realidade ignorada pela ausência do Estado, das políticas públicas, dos grupos do ter/possuir.

Quando a definição de *pobreza*, no dicionário, inclui a *classe dos pobres*, revela uma marca dos discursos que circulam socialmente presentes em uma conjuntura sócio-histórica. Logo, o discurso, ao participar da constituição do imaginário da sociedade, produz um modo de dizer da sociedade e acerca da sociedade. Esse modo de dizer, que se apresenta na forma de definição em *pobreza* e, por conseguinte, em *pobre*, é resultante da sedimentação histórica dos sentidos, e isso é que garante a esse instrumento linguístico um lugar de legitimação dos sentidos das palavras. Assim, na formação discursiva em que se significa *pobreza*, inclusa está a de *pobre* para falar desse segmento social.

A significação do nome *pobreza*, como marca de processo discursivo, na Lei n. 10.836, de 9 de janeiro de 2004, e no Decreto n. 5. 209, de 17 de setembro de 2004, retoma o mesmo espaço do dizer que fora dicionarizado – da falta, do sentido de classe, mas se desloca para uma questão que vai pela família (*unidades familiares*). Em outras palavras, atribui-se às unidades familiares a responsabilidade da situação de pobreza em que se encontram. Com efeito, culpabiliza a família pelo seu fracasso no mundo do trabalho e, daí, retoma a visão de que as *unidades familiares* são pobres porque não se esforçaram para saírem da condição de *em situação de pobreza*.

Vejo aí a questão da determinação (HENRY, 1990), na qual a adjetiva relativa restritiva *que se encontrem em situação de pobreza e de extrema pobreza* é a determinante do antecedente determinado – *unidades familiares*. A relativa particulariza a designação, ou seja, a referência do antecedente da restritiva depende da relativa para restringir, dentre o conjunto de *unidades familiares*, o subconjunto *que se encontrem em situação de pobreza e de extrema pobreza*.

Aqui, no funcionamento discursivo da determinação restritiva, há a ilusão de completude, muito embora manifeste o caráter de incompletude - do lugar do sentido outro, de silenciamento da presença do Estado, uma vez que *a situação de pobreza*, reforçada pelo advérbio *extrema*, caracterizada como um mal é algo que deve ser combatido, anunciado no verbo *combater*: um inimigo real que ameaça a ordem econômica, o capital, o mercado.

Contrário ao senso comum de que a restritiva privilegia um sentido em detrimento de outros, o sentido de *pobreza*, na Lei e no Decreto, aponta, pois, uma heterogeneidade discursiva que se materializa, não contendo a possibilidade polissêmica de o enunciado receber outras interpretações, para falar da falta, da ausência do Estado, das políticas públicas.

No entanto, a formação discursiva que significa o sintagma nominal *unidade familiar*, quando associado ao circunstante temporal *em situação de*, posiciona o grupo *unidades familiares* na *classe dos pobres*. Assim, a noção de classe se mantém, conforme fora dicionarizada e, por conseguinte, ser pobre é uma condição intrínseca – o indivíduo já é marcado por si só na posição-sujeito-pobre.

Em situação de pobreza, há também um implicitamente admitido, dito de outro modo (HENRY, 1990, p. 61), pois a condição de ser pobre intrínseca ao indivíduo, à classe, na Lei e no Decreto, se desloca para incluir também aqueles que, devido a condições adversas da vida, à perda do emprego, à doença, por dívidas, por gastos desnecessários, se tornaram pobres e, por isso, distanciaram-se do mercado, do trabalho.

Também, o circunstante *em situação de*, ratifica que o funcionamento discursivo vai pela contradição, divisão, tensão entre grupos sociais diferentes: grupo do ter, do mercado, dos ricos x grupo do não ter, do não mercado, dos pobres, esquematicamente, apresentado a seguir:

Grupo do ter, do mercado, dos ricos	← em situação de →	Grupo do não ter, do não mercado, dos pobres
---	--------------------	--

Notadamente dois pontos chamam a atenção: a condição de posse e a condição de estar ou não no mercado. Daí, a ideologia do mais fraco, do mais pobre é sublimarmente construída na discursividade do Estado: o desprovido de renda ou bens. Apesar de a Lei escolher trabalhar com esta diversidade – *em situação de pobreza* –, evita-se falar sobre o pobre, porque é o lugar da diferença, da mobilização social, do não estabilizado, daquilo que, sujeito a equívoco, seria uma possibilidade real de ruptura, da divisão social.

Aborda-se aqui, pois, a questão da pobreza de renda inserida na sociedade industrial moderna – notadamente silenciada/apagada na inadaptação escolar, profissional, nas desigualdades, na falta de assistência médica. Decorre daí que o modo de individualização do sujeito seja questão de competência do Estado, ou melhor, a articulação simbólico-política de que o Estado é responsável, seja pelas instituições, seja pelos discursos, seja pelos indivíduos *em situação de pobreza e extrema pobreza*. Portanto, há uma língua do Estado, individualizando os sujeitos que são afetados – ‘beneficiados’ – por ela (Estado).

Logo, apresenta o Estado que ora fora alheio e unilateral, para tentar impedir o desgaste dos laços sociais. Com efeito, espera-se do PBF o resgate de novos laços, novas bases entre o Estado e o povo, em especial, com *as unidades familiares em situação de pobreza e extrema pobreza*, bem como uma resposta às novas demandas sociais que se impõem, sob o risco de perder o controle, sob a iminência da convulsão social. Daí, a tentativa de construir um imaginário menos ameaçado com as parcelas mais vulneráveis da população.

No funcionamento discursivo da Lei e do Decreto, além do discurso de um imaginário igualitarista do Estado em relação às instâncias governadas – *unidades familiares em situação de pobreza e extrema pobreza* –, o qual apregoa amenizar as condições de vulnerabilidade do ponto de vista socioeconômico que faça com que a família saia do estado de miséria, para assegurar a possibilidade de cada unidade familiar satisfazer, mesmo que minimamente, suas necessidades por renda, bens de consumo, fomentar o mercado consumidor – dar poder de compra

- inscreve-se uma discursividade de solidariedade (MAGALHÃES, 2001) como opção à regra de justiça neoliberal.

Isso porque o bem-estar geral depende da participação de todos, e o Estado, apesar de mínimo, assume o papel de “responsável pela materialização da solidariedade através de mecanismos e estratégias próprios de repartição dos bens e serviços sociais” (MAGALHÃES, 2001, p. 3), na tentativa de minimizar a desagregação do tecido social.

Já noto aqui o Estado que, ao disponibilizar o *benefício*, induz o consumo – ativador da economia que sustenta novas cadeias produtivas no mercado baseadas no ritmo do comércio local. Além do mais, o discurso da solidariedade – do Estado companheiro, do estar junto com os desprovidos – está intimamente ligado ao da igualdade: a ação de repartir um bem com o outros para ajudá-los a reencontrar seu lugar na sociedade, em nome de um suposto imaginário comum: a humanidade.

Isso, com efeito, sugere, de algum modo, uma prática de exclusão que, silenciosamente, é afirmada, uma vez que os cidadãos precisam primeiro do direito ao trabalho e, em decorrência, do direito a uma renda; como consequência, é possível que não promova as populações beneficiárias na sua humanidade: oferecer condições de trabalho, de lutar intelectualmente para viver bem na sociedade. Daí, o modo como o discurso se apresenta possibilita a compreensão da realidade, ao naturalizar, institucionalizar e silenciar sentidos, no lugar de outros. Realidade essa que está condicionada pelo imaginário coletivo no sentido de representar o lugar simbólico no qual se dão as representações escolhidas pelas várias posições-sujeito a conhecer.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Parece razoável então afirmar que é na ordem da língua que se dá o encontro entre sujeito e história e é nesse encontro que se constituem os sentidos dos nomes *família* e *pobreza* que vão se inscrevendo e/ ou reinscrevendo um modo de ver a política dos sentidos e a sociedade,

produzindo identificações e silenciamentos que se projetam no tempo e no espaço.

No discurso da posição-sujeito-lexicógrafo, essas palavras apontam índices dos discursos sociais presentes em uma conjuntura sócio-histórica. Em *família*, o que se mantém na comparação entre o dicionário, a Lei e o Decreto é a necessidade de habitação, abrigo (*teto*). Mas sentidos outros vêm para nos falar: a *unidade familiar* enquanto realização de *um grupo doméstico* que se une pelo critério econômico - constitui uma unidade familiar até que todos possam se manter pela *contribuição de seus membros*.

Já na significação do nome *pobreza*, no dicionário e na Lei/Decreto, há uma despolitização do Estado, um esvaziamento da sua função em relação ao seu papel na oferta de empregos, saneamento, capacitação profissional para atender os sujeitos *em situação de pobreza* e de *extrema pobreza*, uma vez que restringe a significação na noção de classe (*classe dos pobres*).

Com efeito, o discurso da cidadania e dos direitos sociais dá lugar ao discurso humanitário da filantropia. Daí o Programa de Transferência de Renda tende a adquirir um perfil seletivo, focalizador, despolitizado, refilantropizado, fundado na solidariedade social, bem ao gosto neoliberal. Diante disso, a política de compensação econômico-financeira entra em pauta como forma de reduzir o problema – um exercício político de solidariedade, uma prática que, diante da divisão, da contradição, assegura uma convivência harmônica e pacífica com o diferente (os indivíduos do não ter, não mercado, pobre) – *unidades familiares que se encontrem em situação de pobreza e extrema pobreza*.

Contrária à ideia de que a restritiva privilegia um sentido em detrimento de outros, o sentido de *pobreza* na Lei e no Decreto não confere a ilusão de completude ao que é dito. Apesar de soar o controle do sentido, há uma heterogeneidade discursiva, necessariamente constitutiva desse discurso, que se materializa, não contendo a possibilidade polissêmica de o enunciado receber outras interpretações, para falar da falta, da ausência do Estado. Com efeito, é no trabalho incessante do sujeito do discurso sobre o discurso, no encontro da língua com a

história que se inscrevem os embates, os conflitos, as diferenças e que marca a movimentação desses sentidos.

Assim, a discursividade política presente na Lei e no Decreto para falar de *família* e *pobreza*, vale-se da materialidade linguística, ou seja, das várias relações de sentido que compõem, elas mesmas, como relações políticas. A reflexão acerca dos sentidos dessas palavras é uma tentativa de compreender os sentidos da escrita política. Enfim, pensar a Língua do Estado para entender o político ou, mais especificamente, a relação entre discurso e prática política. Nesse sentido, coloco que há uma escrita política e, conseqüentemente, uma língua política, dado que o sentido tem um valor eminentemente político, quando mergulhamos nos sentidos dessas palavras, na conjuntura na qual se inscreve o PBF.

Mas, por outro, uma memória, um pré-construído, manifestação de um inconsciente, vem para falar do silenciamento do Estado: estaria, por um lado, se eximindo da culpa histórica da sua omissão ou, por outro, instaurando uma cultura de assistencialismo para manter as desigualdades sociais? E daí, fica o convite para seguirmos esse caminho já delineado, ainda que instável, movediço, mas, certamente, não menos importante, para suscitar novos gestos de interpretação.

Referências

BRASIL. Lei nº 10.836, de nove de janeiro de 2004. Cria o programa bolsa família e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/Lei/L10.836.htm> Acesso em: 5 mar. 2010.

BRASIL. Decreto nº 5.209, de 17 de setembro de 2004. Regulamenta a Lei nº 10.836, de 9 de janeiro de 2004, que cria o Programa Bolsa Família, e dá outras providências. *Diário Oficial*, Brasília, DF. p. 3. Seção 1.

FERREIRA, A. B. DE H. *Dicionário básico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira,

1995.

HENRY, P. Construções relativas e articulações discursivas. TRad. João Wanderley Geraldi e Celene Margarida Cruz. *Cad. Est. Ling.*, Campinas, (19): 1 – 179, jul./dez. 1990.

MAGALHÃES, R. Integração, exclusão e solidariedade no debate contemporâneo sobre as políticas sociais. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v.17, n. 13, 2001.

NUNES, J. H. Lexicologia e Lexicografia. In: GUIMARÃES, E.; ZOPPI-FONTANA, M. (Orgs.). *Introdução às ciências da linguagem: a palavra e a frase*. Campinas, SP.: Pontes Editores, 2006, p. 147 – 171.

NUNES, J. H.; LAGAZZI-RODRIGUES, S. Discurso e urbanidade: o

Documentário e o dicionário na espaço da cidade. *Revista Brasileira de Letras*. Vol. 5, n. 01, p. 85 – 93, 2008.

PÊCHEUX, M. *Analyse Automatique Du Discours*. Dunod, Paris, 1969.

_____. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad., Eni Pulcinelli Orlandi. 3 ed, Campinas, SP: Pontes, 1997.

_____. Análise automática do discurso (AAD – 69). In: GADET, F. e HAK, T. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas, SP: EDUNICAMP, 1990, p. 61 – 162.

_____. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Trad., Eni Pulcinelli Orlandi. 5 ed, Campinas, SP: Pontes, 2002.

ORLANDI, E. P. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1996.

_____. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 3 ed, 2001a.

_____. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas, SP: Pontes, 2001b.

_____. *Cidades dos Sentidos*. Campinas, SP: Pontes, 2004.

_____. Análise de Discurso. In: ORLANDI, E. P. e LAGAZZI-RODRIGUES, S. (Orgs.). *Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade*. Campinas: Pontes, 2006, p. 11-31.

_____. *Discurso em Análise: sujeito, sentido, ideologia*. Campinas, SP: Pontes, 2012.

CAPÍTULO 11

UMA PROPOSTA DE ANÁLISE DO DISCURSO PARA AS CAMPANHAS AMBIENTAIS EM REDE

Katarini Miguel¹

1. APRESENTAÇÃO: COMUNICAÇÃO, INTERNET E GREENPEACE

Nossa principal proposta aqui é desvendar as estratégias discursivas da organização ambientalista, *Greenpeace* Brasil, a partir ferramenta metodológica da análise do discurso, alicerçada na concepção do *ethos*, buscando entender não só o que o enunciador diz, mas como diz, os “modos de expressão capazes de produzir efeitos de *ethos*” (CHARAUDEAU, 2008). O desafio, neste sentido, foi compor um modelo de investigação que contemplasse os objetivos citados, abrangendo não só a narrativa textual e não textual, mas o conjunto das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação), altamente utilizado pelos movimentos, e que pudesse ser uma proposta replicável para outros estudos de análise de discurso. Assim, elaboramos, no contexto do

¹ Jornalista, mestre em comunicação pela Unesp/Bauru, doutoranda em comunicação social pela Universidade Metodista de São Paulo, bolsista CNPq.

desenvolvimento de minha tese de doutorado, ainda em andamento, um protocolo de análise que colocamos em teste e nos revelou resultados interessantes, que compartilhamos neste capítulo. Mas antes de detalhá-lo, convêm situar nosso exemplo: o *Greenpeace* Brasil e sua comunicação atualmente fundamentada na Internet.

Partimos do pressuposto, a partir de Castells (2011) que Internet é uma rede de comunicação utilizada para intercambiar documentos de todos os tipos como textos, sons, vídeos, imagens, notícias, mensagens. Ou seja, uma plataforma de difusão para o entretenimento, para tarefas profissionais e até mobilização política e práticas de totalitarismo. E não se trata de um único meio de comunicação, mas um sistema informativo ampliado com possibilidades multimidiáticas, de convergências e estética transmídia, no sentido de “criação de um universo” a partir dos múltiplos suportes de mídia (JENKINS, 2008, p.135). O fato é que a Internet enquanto demanda social, que otimiza custos, recursos, facilita e agiliza processos das mais diferentes ordens, subverte a noção de tempo e espaço e se estabelece como força motriz da sociedade em rede se evidenciou como um espaço apropriado para a manifestação dos movimentos ambientais (CASTELLS, 2011). Entre eles, o *Greenpeace*, forte representante ambientalista, fundado em 1971, no interior de uma sociedade do espetáculo, e que desde sua fundação fez a opção pela midiaticização, pela visibilidade, com ações espetaculares, impactantes, mobilizando a mídia e um grande número de pessoas para revelar os desastres ambientais e denunciar os problemas, conforme explica Gabeira (1988). No Brasil, o *Greenpeace* foi fundado oficialmente na década de 1990, na esteira da Eco 92. Trata-se da maior instituição ambientalista do mundo, atuando em todos os continentes, com sede em 40 países de todos os continentes soube se apropriar das TICs para conquistar seguidores, abranger a causa, garantir eficácia de suas mensagens e campanhas. Totaliza 33 portais eletrônicos, faz uso massivo de redes sociais digitais e de múltiplas plataformas de comunicação, estratégias de ciberativismo, estabelecendo formas de mobilização *online* e um discurso próprio que tem impacto nas agendas sociais e midiáticas e pode ser decifrado.

É um exemplo emblemático, mas nossa aposta é de que o *Greenpeace* pode revelar tendências de outros movimentos ambientais, pois grande parte deles sabe, com propriedade, utilizar a seu favor as estratégias de comunicação para planejamento e execução da causa. Nossa proposição é que na contemporaneidade, o impacto de organizações como o *Greenpeace*, tem relação direta com o uso eficaz da comunicação em rede, delineada por um discurso próprio, uma maneira de dizer, que pode ser decifrada por meio de uma análise de discurso sistemática. Vamos a ela.

2. A COMPOSIÇÃO DO PROTOCOLO DE ANÁLISE

Nesse item, procuramos apresentar um padrão de análise do discurso para as campanhas do *Greenpeace*, justificando as escolhas que nos levaram a formatação de um protocolo de análise – um modelo de conhecimento e reconhecimento do discurso ambiental. Abarcamos a questão do *ethos*, pois é, na nossa concepção, peculiar para entender a adesão dos sujeitos à posição do discurso ambiental que, por meio da Internet, não só apoiam, mas fazem doações, participam de manifestos, assinam petições, repercutem mensagens.

Maingueneau (2008b) ressalta que a noção de *ethos* é muito intuitiva e para uma exploração adequada é preciso estabelecer uma problemática precisa, “privilegiando esta ou aquela faceta, em função, ao mesmo tempo, do corpus que nos propomos a analisar e dos objetivos da pesquisa que conduzimos, mas também da disciplina, isto é, do que é corrente no interior da disciplina em que se insere a pesquisa” (MAINGUENEAU, 2008b, p.12). Aqui, optamos pela definição de *ethos* que estabelece uma relação entre corpo e discurso, que não é o necessariamente dito, mas se mostra, e está diretamente ligado aos ‘atos’ da enunciação. Está relacionado à aparência do ato de linguagem, naquilo que o sujeito falante dá a ver e entender. O *ethos* ainda compõem as cenas de enunciação, ou seja,

a apresentação discursiva, que não se trata de um quadro estável, “mas aquilo que a enunciação instaura progressivamente como seu próprio dispositivo de fala” (MAINGUENEAU, 2008a, p.70).

Mas existe uma multiplicidade de análises do discurso e objetos, assim como podem ser muitas as explorações e os procedimentos discursivos que compõem o *ethos* (MAINGUENEAU, 2008a, CHARAUDEAU, 2008). Portanto, não basta aqui aplicar cegamente um método a um corpus, mas aliar técnicas em uma estratégia flexível e questionadora.

Assim, para análise das campanhas e das informações circuladas no interior das redes digitais, procuramos nos concentrar em elementos que revelassem o modo de narrar como os indícios textuais (itens lexicais, argumentação e destacabilidade), partindo posteriormente para os elementos externos ao texto, que constroem as cenas, e agregando a questão da repercussão e abrangência das mensagens na Internet. É um terreno arenoso, que não busca exposição de grade sistemática ou a exaustividade, mas marcas no discurso, pistas que vão além do texto, uma vez que ele é apenas um dos rastros de um discurso inserido no quadro de enunciação.

2.1 ITENS LEXICAIS

Trata-se de uma categoria muito abrangente, mas indispensável, uma vez que o vocabulário, locuções e expressões compõem um conjunto de palavras-chave que, conseqüentemente, expressam o código linguageiro e clareiam a posição do discurso. Nesse contexto, abarcamos os substantivos e seu conteúdo ideológico, explicitamente mais revelados, mas também advérbios, adjetivos e verbos que possam caracterizar o discurso ambientalista. E não só em aspectos qualitativos, considerados mais apropriados, mas, na medida do possível, avaliar a frequência de determinados termos que acabam por caracterizar o discurso. Consideramos também as três zonas de vocabulário proposta por Maingueneau (1997, p.144), sendo: neutralização discursiva, que busca um consenso no sentido da palavra (no meio ambientalista,

temos o exemplo da expressão desenvolvimento sustentável); fechamento de um saber, em que o termo é definido e não dá margem para outras interpretações; e, por fim, a contradição aflorada, quando as palavras estabelecem uma relação polêmica e revelam conflito. Essa possibilidade do vocabulário gerar relação conflituosa é uma realidade no discurso ambientalista combativo, que traz em si uma memória polêmica. Contemplamos ainda os verbos utilizados, incluindo aqueles destinados a introduzir declarações ou discursos relatados, como prefere Maingueneau (1997, p.88). Os verbos revelam conjecturas: segurança (afirma, assegura), verdade (revela, desvela) e opinião (acredita, pensa, julga). No mais, iremos intuir o peso, o valor das palavras utilizadas e sua conotação. Convém exemplificar aqui, com apoio de Charaudeau (2008), que o exagero de expressões técnicas, por exemplo, pode remeter ao *ethos* de competente, enquanto termos como ‘talvez’ e ‘pode ser’ ilustram um *ethos* não autoritário e o uso de palavras coloquiais e gírias podem revelar intimidade (ou a tentativa de) com o interlocutor.

2.2 ENCADEAMENTO/TÉCNICAS ARGUMENTATIVAS

O emprego de figuras de linguagem, o fenômeno da ironia, as marcas da pontuação, a maneira própria de construir parágrafos e argumentar, passar de um tema para outro em cada plataforma virtual, por exemplo, além da ordenação de argumentos, indicam um movimento importante para conhecer o *ethos* do enunciador.

As diferentes estratégias utilizadas garantem a intensidade da adesão, o que, no caso do discurso ambiental, pode significar manifestações, mobilizações em rede, apoio e respaldo às campanhas ambientalistas. Uma das formas de construir argumentos com força persuasiva é invocar autoridade, mostrar competência técnica, trazer elementos de comparação, aproximação (de acordo com cada grupo e códigos culturais específicos), exemplos, empirismo dos fatos, verossimilhança, probabilidade e ou hipóteses. A hierarquia dos argumentos

apresentados também é importante, pois o lugar dado aos elementos modifica seu significado. O que é mais importante, por exemplo, localiza-se logo no início, principalmente na divulgação rápida e instantânea feita pela Internet. A construção de argumentos também faz uso das figuras de estilo e linguagem. Entre elas as mais importantes e prováveis de ocorrer no contexto estudado são a metonímia ou sinédoque, que propõe a substituição de um nome por uma qualidade ou característica, o que pode indicar a qualificação de alguém ou coisa de modo útil para a argumentação; a hipérbole que, como figura que remete ao exagero e pode provocar a ampliação do *ethos*. E destacamos a metáfora que resulta em uma “analogia condensada” (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p. 453), um processo de aproximação que se dá por meio de substantivos, adjetivos ou mesmo verbos, e que institui uma assimilação entre o foro e um tema no discurso e pode ter um caráter inusitado, poético, dependendo do meio cultural e da analogia que evoca (PERELMAN; OLBRECHTS-TYTECA, 1996, p.464).

As marcas e pontuações também são relevantes na construção semântica e ditam o ritmo do texto. O termo aspeado, por exemplo, refere-se a outro espaço enunciativo que o locutor em questão não quer assumir, e assinalam a relação com o exterior, enquanto a ausência desse sinal pode indicar uma construção unicamente endógena. As aspas têm relação com o implícito, podendo indicar ênfase, aproximação, proteção, ou mesmo ironia (MAINGUENEAU, 1997, p.90). Há ainda o uso de reticências, por exemplo, outra marca do discurso, que pode indicar interrupção violenta da frase, truncamento, dúvida, espaçamento, silêncio. Além da utilização de outras pontuações com significados mais óbvios como a interrogação e a exclamação, que compõem esta fase de encadeamento.

2.3 DESTACABILIDADE

Esta outra categoria se mostrou bastante pertinente para compor o protocolo de análise, pois pode revelar uma tendência do discurso ambientalista, que é o uso de máximas, expressões, o que Maingueneau

(2008a) denomina enquanto destacabilidade. Em suma, pequenos enunciados com vocação de dizer e tomar uma posição, que se transvestem em fórmulas. E ainda que o conteúdo não seja original, esses breves enunciados, inseridos como títulos, intertítulos ou mesmo no final de frases ou em legendas, devem ser percebidos como inéditos e imemoriais, dependendo do formato.

Um dos exemplos é o que o autor denomina enquanto máxima heroica, que são curtas, bem estruturadas, de modo a impressionar, a serem facilmente memorizáveis e reutilizáveis. Elas devem, além disso, ser pronunciadas com o “*ethos* enfático conveniente” (MAINGUENEAU, 2008a, p.77). São asserções generalizantes completas, que podem ser destacadas do próprio ambiente textual, mas são dignas de ser consagradas e autonomizadas, atribuídas a um sujeito em específico, ou, no nosso caso, a uma instituição. No discurso ambiental essa destacabilidade sinaliza para a formação de *slogans* com potencial de se transformarem, na linguagem virtual, em *hashtags*² e ou peças virtuais para o ciberativismo, por exemplo. O *slogan*, mesmo diretamente ligado a fórmulas autônomas e de publicidade, também tem espaço em movimentos militantes, como o ambiental. Avaliamos que esses breves enunciados podem estabelecer um fio condutor que compõem as cenas da comunicação ambiental no espaço virtual, juntamente com os outros elementos do léxico e das técnicas argumentativas.

2.4 COMPONENTES EXTERNOS AO TEXTO LINGUÍSTICO

Como se trata de uma avaliação multimidiática, os elementos que complementam o texto como imagens, vídeos e animações, cores e cenas predominantes, que podem revelar tendências e perfis estereotipados, devem ser devidamente levantados e caracterizados. No caso dos vídeos

2 Em tradução livre *hashtag* significa rótulo/etiqueta, e são termos utilizados para indicar o assunto em pauta, especialmente no *twitter*, normalmente precedida do símbolo #. Essas *hashtags* são elementos importantes de destacabilidade e merecem investigação até pela centralidade que adquirem nas redes digitais.

e outras produções, podemos recorrer a Charaudeau (2008) e avaliar os procedimentos expressivos que caracterizam a enunciação em sua forma oral, ou seja, a maneira de falar. Elementos como a velocidade e o ritmo da fala (o tom fraco, forte, tranquilo), a construção de frases, os níveis de agressividade, tipo de entonação, o ritmo, e outras questões que podem apresentar vocalidades específicas para composição, por exemplo, de um *ethos* profissional, combativo, irônico.

2.5 REPERCUSSÃO

Estabelecemos também itens para avaliar a abrangência da mensagem no universo *online*, descrevendo se o conteúdo está presente nas redes digitais *twitter* e *facebook*, considerando a força e relevância que esses *softwares sociais* vem adquirindo (LEVY; LEMOS, 2010). Indicando, por exemplo, se a campanha teve repercussão através de comentários e compartilhamentos, se transcende o virtual e alcança a mídia convencional. É fato que a mídia massiva ainda é o espaço de reconhecimento legitimado, de esfera pública enraizada, portanto, atingi-la tem peso e importância para as mensagens (LEMOS; LEVY, 2010, p.26). E ainda para esboçar o quadro do potencial político das publicações, também se pretende descrever se o conteúdo está vinculado à propostas políticas mais incisivas como petições e projetos de lei e como isso acontece.

Abaixo, segue o compacto do protocolo de análise e, na sequência, apresentamos dois exemplos. Para esta fase de teste e apresentação, selecionamos a campanha contra as alterações do código florestal, ocorridas, especialmente, no primeiro semestre de 2012, com grande destaque no portal do *Greenpeace* e repercussão que alcançou nível internacional, com a ampla manifestação “Veta tudo, Dilma”.

PROTOCOLO DE ANÁLISE

1. Análise do texto linguístico

- 1.1 Itens lexicais de destaque
- 1.2 Técnicas de argumentação identificadas
- 1.3 Elementos de destacabilidade

2. Componentes externos ao texto

- 2.1 Fotos/ desenhos/imagens
- 2.2 Vídeos
- 2.3 Cores/cena predominante

3. Repercussão

- 3.1 Conteúdo presente nas Redes digitais *twitter* e *facebook*?
- 3.2 Quantidade de comentários, compartilhamentos, distribuição
- 3.3 Repercutiu na mídia convencional?
- 3.4 Há propostas políticas agregadas ao conteúdo?

3. A APLICAÇÃO DO PROTOCOLO DE ANÁLISE EM CAMPANHAS DO GREENPEACE

3.1 O INÍCIO DO FIM DAS FLORESTAS³ - 25 ABRIL DE 2012

Hoje a Câmara dos Deputados mostrou o que quer: o fim das florestas no Brasil. Por 274 votos a 184, com duas abstenções, foi aprovada hoje a proposta que desfigura o Código Florestal.

Hoje a Câmara dos Deputados mostrou o que quer: o fim das florestas no Brasil. Por 274 votos a 184, com duas abstenções, foi aprovada hoje a proposta que desfigura o Código Florestal, escrita pelo

3 Para facilitar a visualização das análises, apresentamos os textos na íntegra, retirados do portal do *Greenpeace*, com o link para acessar a notícia logo abaixo da imagem. Os Itálicos são grifos nosso, que destacam trechos importantes do texto para as avaliações que se seguem.

deputado ruralista Paulo Piau (PMDB-MG) sobre o texto aprovado pelo Senado, segue agora para sanção da presidente, Dilma Rousseff. Se ela não se mexer, e vetar o texto, *esse futuro será seu legado*.

The screenshot shows the Greenpeace Brazil website. The main article is titled "O início do fim das florestas" (The beginning of the end of the forests). The article text reads: "Hoje a Câmara dos Deputados mostrou o que quer: o fim das florestas no Brasil. Por 274 votos a 184, com duas abstenções, foi aprovada hoje a proposta que desfigura o Código Florestal." It includes a photo of a deforested area and a quote from Paulo Piau: "Acabamos de assistir ao sequestro do Congresso pelos ruralistas. Pateticamente, a presidenta que tinha a maior base de apoio parlamentar na história recente deste país, foi derrotada por 274 votos de uma maioria de ruralistas que se infiltrou e contaminou o tecido democrático brasileiro como um câncer".

<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/O-inicio-do-fim-das-florestas/>

O texto aprovado dá anistia total e irrestrita a quem desmatou demais – mesmo aqueles que deveriam e têm capacidade de recuperar matas ao longo de rios, por exemplo – e ainda dá brecha para que mais desmatamentos ocorram no país. *Ele é resultado de um processo que alijou a sociedade, e vai contra o que o próprio governo desejava. Com isso, avanços ambientais conquistados ao longo de décadas foram por água abaixo.*

“Acabamos de assistir ao *sequestro* do Congresso pelos ruralistas. *Pateticamente*, a presidenta que tinha a maior base de apoio

parlamentar na história recente deste país, foi *derrotada* por 274 votos de uma *malta* de ruralistas que se infiltrou e *contaminou o tecido democrático* brasileiro como um *câncer*”, diz Paulo Adario, diretor da campanha da Amazônia do Greenpeace. “Desde o início do processo, o Brasil esteve *refém* dos interesses do setor, que fez de tudo para incorporar suas demandas ao projeto de lei. *A população, que se mostrou contrária à anistia aos desmatadores e a brechas que permitem mais devastação, foi o tempo inteiro ignorada*”.

Há mais de uma década os ruralistas tentam acabar com o Código Florestal. Finalmente conseguiram uma brecha, *alimentada pela indiferença de um governo que não dá a mínima para o ambiente e a saúde da população*. O resultado é um texto escrito por e para ruralistas, que transforma a lei ambiental em uma *lei de ocupação da terra*.

“Enquanto o Congresso demonstra claramente que se *divorciou* de vez da opinião pública que deveria representar – e que em sua *imensa maioria* se opõe ao texto do código ruralista – resta à Dilma *uma única alternativa*. Ela tem de demonstrar aos brasileiros que está à altura do cargo que ocupa – e que ganhou ao prometer aos eleitores que não iria permitir anistia a criminosos ambientais nem novos desmatamentos”, afirma Adario. “Caso contrário, o governo vai dar provas de que é *subjugado* pelos ruralistas, ao sofrer mais essa *derrota*.”

Os brasileiros têm uma oportunidade de mostrar que *não querem ver a motosserra roncar*. A melhor resposta a essa reforma do Código Florestal é assinar o projeto de lei popular pelo desmatamento zero, que o Greenpeace e outras organizações encapam.

3.1.1 ANÁLISE DO TEXTO LINGUÍSTICO

ITENS LEXICAIS DE DESTAQUE

A utilização de palavras como *alijou, sequestro, pateticamente, desfigura, malta, derrota, subjugado* revelam posição polêmica e agressiva com expressões até mesmo pejorativas que desqualificam o

adversário e o próprio governo. Além de palavras de outros contextos como *câncer*, *divorciou*, *refêm* que servem para ilustrar a posição discursiva de conflito e o embate direto com o inimigo, no caso, a câmara dos deputados e a bancada ruralista. Nesse caso, notamos o recurso da contradição aflorada. Vale colocar ainda a frequência do advérbio de tempo *hoje* utilizado no início do texto, que pode atuar como um intensificador do assunto, dando atualidade e, ao mesmo tempo, evidenciando a posição de vigília da organização, que aguardou até o fim da votação para veicular a notícia.

TÉCNICAS ARGUMENTATIVAS

O texto se constrói com afirmações categóricas, agressivas, emotivas com generalizações e linguagem figurativa que ilustram a gravidade da questão. Logo no início se tem um paradoxo: *O início do fim das florestas*. Na sequência há o embate: a aprovação da proposta de alteração do código florestal pela câmara dos deputados que *mostra que quer o fim das florestas no Brasil*. Entre outras expressões que utilizam da metáfora e da própria hipérbole para dar dramaticidade: *Ele é resultado de um processo que alijou a sociedade (...) avanços ambientais conquistados ao longo de décadas foram por água abaixo; [...] se divorciou de vez da opinião pública que deveria representar – e que em sua imensa maioria se opõe ao texto do código ruralista – resta à Dilma uma única alternativa; contaminou o tecido democrático [...]*. Colocando aqui o regime político e o cargo da presidente em xeque com apelos e probabilidades dramáticas *esse futuro será seu legado* (se não vetar o código). Entre outras metáforas mais lúdicas como a oportunidade de não ver *a motosserra roncar*. Além de figuras como a metonímias que atuam denominando as qualidades do inimigo - *malta de ruralistas, lei de ocupação de terra*.

ELEMENTOS DE DESTACABILIDADE

O próprio título da notícia, *O início do fim das florestas*, primeiramente um paradoxo, funciona como uma destacabilidade, retirada do texto, mas que ganha autonomia e força política.

3.1.2 COMPONENTES EXTERNOS AO TEXTO

FOTOS/ DESENHOS

Foto que ilustra uma cena de desmatamento, com apenas uma árvore isolada em pé, com a legenda que funciona como um item de destacabilidade, mais propriamente um destaque aforizante: *Esta árvore solitária já foi parte de uma floresta.*

VÍDEOS

Não especificamente nessa notícia, mas há links para outros conteúdos como o projeto de lei do desmatamento zero e a Liga das florestas, em que há outros elementos multimídias incorporados.

CORES/CENA PREDOMINANTE

Apenas a foto ilustra a notícia, em um fundo branco, com a composição do site em verde, cor predominante da causa ambientalista.

3.1.3 REPERCUSSÃO⁴

CONTEÚDO PRESENTE NAS REDES DIGITAIS *TWITTER* E *FACEBOOK*?

Sim, o conteúdo resumido foi registrado em um *post* no *facebook* com grande repercussão e no mesmo dia, sobre o mesmo assunto foram verificados 20 *tweets*, sempre com link para a notícia no portal ou para as campanhas relacionadas, e divulgando as *tags* #codigoflorestal, #desmatamentozero, #vetadilma usadas como *slogan* e ou itens de destacabilidade para congregar e dar força ao assunto.

4 Vale ressaltar, por conta da dinâmica da internet que diariamente pode ter modificações e alterações nos dados, que o item de repercussão, nas duas análises aqui apresentadas, foi realizado nos dias 10 e 11 de fevereiro de 2013.

QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS, COMPARTILHAMENTOS, DISTRIBUIÇÃO

Portal: 18 comentários. A maioria lamentando a aprovação e concordando com o *post*, porém três deles sendo favoráveis às alterações do código e um até de forma agressiva acusando o *Greenpeace* de ser uma ONG golpista.

Facebook: 898 curtições, 1290 compartilhamentos, 98 comentários. Grande parte dos comentários condenando a aprovação do código, propondo mobilizações diretas, enviando recado à presidente, reforçando a mobilização *Veta Dilma*, a campanha do próprio *Greenpeace* do Desmatamento Zero, e também comentários com tons agressivos, inclusive, com xingamentos diretos a políticos e a presidente. Também aqui três comentários destoaram e manifestaram-se favoráveis à aprovação do novo código com alegação principal de que as mudanças são necessárias para garantir a produção de alimentos no Brasil. Nenhum comentário no blog ou rede foi respondido diretamente pelo *Greenpeace*.

Mais de 50 retweets (ou seja, usuários que compartilharam o conteúdo no *twitter* para seus seguidores) no *post* específico da aprovação do código, sem contar os outros relacionados ao mesmo tema.

REPERCUTIU NA MÍDIA CONVENCIONAL?

Sim, até porque se tratava de um assunto nacional de acompanhamento da mídia e não uma campanha encabeçada apenas pelo *Greenpeace*.

HÁ PROPOSTAS POLÍTICAS AGREGADAS AO CONTEÚDO?

Sim, a notícia em si, assim como todas as publicações referentes à campanha contra as alterações do Código Florestal estão vinculadas ao projeto de lei popular do Desmatamento Zero, iniciativa do *Greenpeace* e outras entidades ambientalistas, para ser submetido ao congresso, propondo o fim de qualquer tipo de desmatamento no Brasil, durante cinco anos. O internauta pode subscrever a proposta do projeto de lei, apenas preenchendo um modelo pronto disponível no site <http://desmatamentozero.org.br/>.

3.2 VETA TUDO, DILMA – 9 DE MAIO DE 2012



<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/Veta-tudo-Dilma/>

Greenpeace projeta com laser a frase contra o Código Florestal ruralista no Congresso Nacional

O movimento “*Veta tudo, Dilma*”, contra o Código Florestal escrito pelos *ruralistas* da Câmara, imprimiu ontem sua mensagem em letras garrafais em uma projeção a laser em Brasília.

As frases “*Veta tudo, Dilma*”, além de “*Desmatamento zero já*”, pintaram os prédios gêmeos da Câmara dos Deputados e do Senado. A atividade faz parte de uma mobilização popular para que a presidente recuse o *ataque* ruralista às florestas. Ontem, o Planalto *recebeu o projeto de lei de alteração do código*, e a presidente tem até o dia 25 para *decidir o que fazer*.

“O projeto ruralista de mudança do Código Florestal é um *desrespeito* com o *futuro do Brasil*”, afirma Marcio Astrini, da campanha Amazônia do Greenpeace. “Fizeram uma lei sob encomenda para

criminosos ambientais. Usaram a justa necessidade de se resolver o problema da agricultura familiar para anistiar quem desmatou apostando na impunidade e para quem lucra com a derrubada das florestas. Dilma precisa cumprir suas promessas de campanha e vetar integralmente esse projeto.”

O Código Florestal é a lei que preserva as florestas brasileiras e estabelece mecanismos para garantir a manutenção da cobertura vegetal, a saúde das águas e do solo. Porém, há mais de uma década a bancada ruralista no Congresso Nacional quer modificá-lo, por não aceitar que propriedades privadas exerçam uma função social. Na prática, os ruralistas querem acabar com a manutenção de qualquer vegetação dentro de suas terras.

O Greenpeace faz parte do Comitê Brasil pelas Florestas e o Desenvolvimento Sustentável, movimento com diversos representantes da sociedade, como CNBB, OAB, artistas e outras ONGs ambientalistas. O comitê pede o veto integral do texto, e não apenas parcial, pois ele está tão cheio de “pegadinhas” ruralistas que é impossível extirpá-las tirando um ou outro artigo.

“A presidente precisa decidir se fica do lado dos milhões de brasileiros que rejeitam essa lei ou do lado dos ruralistas do Congresso. Vamos cobrar que ela decida pelo Brasil e pelo futuro das próximas gerações”, diz Astrini.

Como resposta às mudanças no Código Florestal, o Greenpeace e outras organizações lançaram, em março, uma campanha popular pelo desmatamento zero. Eles agora coletam 1,4 milhão de assinaturas de eleitores brasileiros – *que são contra a destruição das florestas* - para levar um projeto de lei de iniciativa popular para o Congresso. Mais informações podem ser obtidas em www.ligadasflorestas.org.br e www.desmatamentozero.org.br.

3.2.1 ANÁLISE DO TEXTO LINGUÍSTICO

ITENS LEXICAIS DE DESTAQUE

Vocábulos como: *ataque, criminosos ambientais, desrespeito, impunidade* evidenciam uma postura agressiva e combativa por parte da organização. Além de expressões chavões do discurso ambientalista, como *próximas gerações, futuro do Brasil*, utilizadas como fechamento de um saber, remetendo à concepção de desenvolvimento sustentável/sustentabilidade, sem detalhamento das expressões. Os itens lexicais, nesse caso, revelam, além de expressões fechadas, a relação polêmica e de contradição aflorada com a denominada bancada ruralista.

TÉCNICAS DE ARGUMENTAÇÃO IDENTIFICADAS

A argumentação se constrói, primeiramente, com base em um espetáculo grandioso ao projetar o *slogan* da campanha com laser nos prédios do congresso. As construções textuais são incisivas e colocam a presidente em evidência, até pelo viés da chantagem, um recurso que pode ser considerado emotivo e exaltado: *(a presidente) precisa cumprir integralmente suas promessas de campanha; A presidente precisa decidir se fica do lado dos milhões de brasileiros que rejeitam essa lei ou do lado dos ruralistas do Congresso*. Além de trechos que atribuem responsabilidade e cobram posicionamento do indivíduo ao afirmar que estão coletando assinatura daqueles que *são contra a destruição das florestas*.

As afirmações são categóricas, mesmo sem respaldo de exemplos práticos, mas utilizando da autoridade ambientalista e da verossimilhança, considerando ainda que falam de um setor que tem posições conhecidas na sociedade: *Porém, há mais de uma década a bancada ruralista no Congresso Nacional quer modificá-lo, por não aceitar que propriedades privadas exerçam uma função social. Na prática, os ruralistas querem acabar com a manutenção de qualquer vegetação dentro de suas terras*. E ainda se colocam como parte de um amplo grupo que inclui artistas (que foram fotografados com banners da campanha) e outras organizações, dando mais respaldo à campanha e força argumentativa baseada na ‘credibilidade’ e ou

visibilidade de personalidades como Gisele Bündchen, Camila Pitanga, Wagner Moura, Gilberto Gil entre outros.

As técnicas identificadas são a própria metáfora, em trechos mais explícitos como *saúde das águas e do solo* e, nesse mesmo parágrafo, notamos uma construção metadiscursiva ao explicar o que visa o código florestal, tentando esclarecer, de maneira própria e resumida, as motivações da campanha. E também identificamos o termo aspeado “*pegadinhas*” (ruralistas) que indica uma inadequação, por falta de definição melhor, mas, ao mesmo tempo, pode ter relação com o implícito, com a intenção de dizer.

ELEMENTOS DE DESTACABILIDADE

As expressões de destacabilidade utilizadas sobremaneira durante a campanha contra as alterações do código florestal foram *Veta tudo, Dilma/Veta Dilma* e *Desmatamento Zero, já!* ilustrando fotos, títulos de conteúdo, materiais de divulgação e, inclusive, utilizadas como *hashtags* para marcar o tema, nas redes digitais *twitter* e *facebook*. São pequenos enunciados que valorizam uma posição, no caso, política, e funcionam como um *slogan* no sentido militante, pregando uma ação coletiva, ou uma pressão popular.

3.2.2 COMPONENTES EXTERNOS AO TEXTO

FOTOS/ DESENHOS

Galeria de imagens com fotos das projeções, evidenciando os *slogans Veta tudo, Dilma e Desmatamento Zero já*, refletidas nos prédios, com destaque também para a marca *Greenpeace*, sempre acompanhando as projeções.

VÍDEOS

Não especificamente nessa notícia, mas há outros conteúdos relacionados.

CORES/CENA PREDOMINANTE

O verde, cor tipicamente ambientalista, e o preto fúnebre que pode reforçar a urgência da campanha, predominam. Vale ressaltar que a notícia está vinculada a campanha do desmatamento zero, que possui outros espaços desmatamentozero.org.br e www.ligadasflorestas.org.br, portanto, o site principal possui banners com hiperlink para adentrar diferentes conteúdos relacionados.

3.2.3 REPERCUSSÃO

CONTEÚDO PRESENTE NAS REDES DIGITAIS TWITTER E FACEBOOK?

Sim, o conteúdo resumido foi registrado no *facebook* em um *post* e três *twittes* foram identificados no dia sobre o assunto, com link para a notícia principal no portal.

QUANTIDADE DE COMENTÁRIOS, COMPARTILHAMENTOS, DISTRIBUIÇÃO

Portal: Três comentários sobre o assunto, sendo dois apenas de comprovação e um com conteúdo mais extenso.

Facebook: Nove comentários. Oito apenas de aprovação e um com conteúdo mais extenso de apoio a causa. 57 compartilhamentos e 80 curtições. Vale destacar a tendência de maior envolvimento e participação no *facebook* do que propriamente no site e blog, o que se notou com mais intensidade na avaliação anterior.

Mais de 50 *retweets* (ou seja, usuários que compartilharam o conteúdo no *twitter* para seus seguidores).

REPERCUTIU NA MÍDIA CONVENCIONAL?

Sim, não identificado na grande mídia, mas em blogs, portais, veículos especializados.

Há propostas políticas agregadas ao conteúdo?

Sim, a notícia em si está relacionada a campanha contra as alterações do Código Florestal, e faz essa referência no texto, com link para a petição do Desmatamento Zero, projeto de lei, de iniciativa popular, que visa o fim do desmate por cinco anos no Brasil.

4. CONSIDERAÇÕES PARA POSSÍVEL REPLICAÇÃO DO PROTOCOLO DE ANÁLISE

Avaliamos que ainda que o protocolo possa ser aperfeiçoado, ampliado, adequado a cada situação de pesquisa, ele se mostra apropriado para analisar sistematicamente textos veiculados na Internet, pois contempla fatores fundamentais. A nossa proposta abarca as questões textuais, propriamente, reconhecendo ou não a existência de um vocábulo próprio para a composição dos textos. No caso das campanhas ambientais analisadas, identificamos o tom agressivo, conflituoso que faz uso de palavras, inclusive fora do contexto direto, para dar ênfase ao assunto como criminoso, sequestro, câncer, divórcio.

A construção da argumentação é outro item que ajuda a entender a construção do discurso, que no nosso exemplo evidenciou o espetáculo, a exaltação, com construções emotivas e metafóricas. A proposta da destacabilidade ganha relevância, especialmente na comunicação *online*, por conta de sua dinâmica ágil e que exige explicações mais diretas, por isso, o uso de *slogans* se reverte em *hashtags*, que se mostram propícia para a causa e de fácil replicabilidade, como os exemplos “Veta Dilma”, “Desmatamento Zero, já!”.

Considerar questões fora do texto linguístico, descrevendo fotos, imagens, cores, incorpora a característica multimidiática da *Internet* e contribui para entender a cena na qual o discurso se sustenta, se está fundamentado em estereótipos, em fotos espetaculares, se utilizam com propriedade as diferentes plataformas oferecidas entre outras possibilidades. Por fim, a avaliação da repercussão em redes sociais digitais tem como objetivo mensurar o alcance da mensagem, sua eficácia, o

potencial de envolvimento dos usuários e a possibilidade de externar as problemáticas e projetos para a mídia convencional e criar mobilização, petição, alternativas de mudança. No nosso caso, este item é relevante para entender se o discurso ambiental é capaz de gerar engajamento, comprometimento e propostas políticas mais efetivas.

Assim, acreditamos que o presente protocolo de análise possa servir ao menos de inspiração para estudos semelhantes de análise de discurso, que queiram aliar texto, comunicação e mobilização em rede.

Referências

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza editorial, 2011.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso Político*. São Paulo: Contexto, 2008.

GABEIRA, Fernando. *Greenpeace — Verde Guerrilha da paz*. São Paulo: Clube do Livro, 1988.

GREENPEACE BRASIL. O início do fim das florestas. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/O-inicio-do-fim-das-florestas>>. Acesso em: 10 fev.2013.

GREENPEACE BRASIL. Veta tudo Dilma. Disponível em: <<http://www.greenpeace.org/brasil/pt/Noticias/Veta-tudo-Dilma>>. Acesso em: 10 fev.2013.

JENKIS, Henry. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. 3.ed. Campinas, SP: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

MAINGUENEAU, Dominique. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. *Ethos discursivo*. São Paulo: Editora Contexto, 2008b

PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS — TYTECA, Lucie. *Tratado da Argumentação*. A nova retórica. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996.