

**O DIÁLOGO ENTRE INTERTEXTOS:
A MONOFONIZAÇÃO DE VOZES**

Suzana Paulino P. D. de Carvalho (PUC/SP)
suzanapp@yahoo.com.br

RESUMO

Este artigo tem por tema as estratégias utilizadas pelo jornalista na construção dos textos reduzidos veiculados na seção “Veja essa”, da revista *Veja*. O objetivo é identificar e descrever as relações existentes entre diferentes edições da seção “Veja essa”, na medida em que esses textos são ressemantizados e recontextualizados. Tem-se por pressuposto teórico a *Análise Crítica do Discurso*, com vertente sócio-cognitiva, cujo maior representante é Van Dijk. Os resultados obtidos indicam que as revistas dialogam entre si, de modo a manter a progressão temática de acordo com o acontecimento no tempo.

Palavras-chave: Análise crítica do discurso; discurso jornalístico; dialogia.

INTRODUÇÃO

Tendo em vista a vertente sócio-cognitiva, este trabalho postula a inter-relação de três categorias analíticas: a cognição, a sociedade e o discurso.

A cognição é vista como um conjunto de representações mentais e sociais decorrentes da interação sócio-comunicativa. Uma representação mental é uma forma de conhecimento do que acontece no mundo e para tanto se faz necessário projetar um ponto de vista que é guiado por interesses, objetivos e propósitos e que, sendo comum, agrupam pessoas em um grupo social.

A sociedade é vista como um conjunto de grupos sociais diferentes, pois cada um deles tem objetivos, propósitos e interesses específicos. Dessa forma, há um constante conflito intergrupual, na medida em que cada grupo social tem um marco de cognições sociais próprio.

O discurso é visto como uma prática social que se define por participantes, ações e funções. Todas as formas de conhecimentos sociais são construídas no e pelo discurso.

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

Para Van Dijk (1993), embora o discurso seja social e sua análise tenha como objetivo entender o funcionamento entre as estruturas discursivas e seus contextos sociais, esse funcionamento não pode se estabelecer sem que as representações mentais, individuais e sociais sejam tratadas. As representações individuais são as que explicam as razões de diferentes reações dos indivíduos diante de um único acontecimento. E as representações sociais definem as culturas e os grupos sociais, de maneira a organizar suas crenças e suas práticas. Nesse sentido, é a relação dos estudos cognitivos e sociais que permite uma melhor compreensão na relação entre discurso e sociedade.

Um discurso pode ser analisado tanto pelas suas estruturas linguísticas (sintáticas, morfológicas, fonológicas, semânticas, estilísticas e retóricas) quanto pela sua relação ao social e à cognição. Esta pode ser estudado através dos processos cognitivos envolvidos na produção e na compreensão discursiva por aqueles que usam a linguagem como forma de interação social, cuja função é examinar conhecimentos, atitudes e representações mentais.

O discurso pode ser produzido em qualquer situação, seja formal ou informal. Faz-se necessário um contexto que seja adequado ao tipo de discurso. Por exemplo, um professor se expressa em um contexto que o permite ensinar; um juiz se expressa em um contexto que o permite julgar; e o jornalista? Temos como conhecimento que o jornalista se expressa em um contexto que o permite informar. No entanto, com esta pesquisa, verificaremos até que ponto o jornalista cumpre o seu papel.

ACÇÃO E DISCURSO

De acordo com os estudos de analistas do discurso, as relações sociais têm o poder de influenciar os padrões de seleção do que é dito, quando é dito e como é dito, que dependem da posição do usuário da linguagem, quanto a seu maior ou menor grau de poder na sociedade. Para tanto foi elaborada a linguística sistêmica funcional, cuja função é discutir o sistema de relações necessárias entre linguagem e seu contexto de uso. Para os analistas, a análise da linguagem pressupõe um exame dos fatores pertinentes ao seu contexto.

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

O contexto é o conjunto de fatores que dão forma a uma situação de comunicação, e se define por três variáveis, quais sejam:

1. *Campo*: atividade social envolvida
2. *Relação*: natureza da conexão entre os participantes
3. *Modo*: meio de transmissão da mensagem

Estas variáveis, por sua vez, são realizadas através das três metafunções da linguagem, que possuem como função representar o contexto social em que as pessoas vivenciam significados. São estas as metafunções:

1. *Metafunção ideacional*: expressa o conteúdo do texto
2. *Metafunção interpessoal*: expressa as interações sociais
3. *Metafunção textual*: expressa a estrutura e o formato do texto.

O discurso quando analisado como ação deve ser compreendido como resultado de uma prática social que se define por situações sociais e condições que determinam a sua produção. Desta forma, faz-se necessário que o analista do discurso vise (re)construir o contexto e mostre os papéis representados pelos protagonistas discursivos, bem como suas identidades discursivas. Isto é, segundo Charaudeau (2006), o discurso é a relação da identidade daquele que fala com sua intencionalidade e o contexto da situação que o faz unir-se àquele a quem esse se dirige.

O discurso é o espaço em que saber e poder se articulam, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. Esse discurso, que passa por verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional), é gerador de poder (Brandão, p. 31 *apud* Foucault, 1979, p. 247).²⁹

FUNÇÕES SOCIAIS E PRÁTICAS DISCURSIVAS

O discurso jornalístico é uma prática social que se define como forma de ação entre vários protagonistas que têm funções sociais

²⁹ Nem Brandão nem Foucault consta na "Bibliografia". [Nota do Editor]

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

distintas. Esses protagonistas são identificados como Poder, Controle e Acesso.

Entende-se como Poder o poder social, que se define como uma forma de controle da ação e da mente de um grupo. Para Guimarães (1999) o conceito que se utiliza para definir o poder social é o de Controle. Tem-se Poder sobre um grupo, se esse grupo tem de alguma forma Controle sobre o outro grupo. Para Van Dijk (1993) essas categorias têm como função fazer alguém agir da maneira como se deseja.

Quanto ao Acesso, este se define como o meio que leva um grupo ter Poder e Controle sobre outro grupo. Para o discurso jornalístico, o meio de acesso é o jornal. Nesse sentido, o Acesso é a maneira mais eficiente para se exercer o Poder, controlando o grupo alvo. O Controle não se limita ao conteúdo e à forma, aplica-se, também, ao contexto: os donos de um jornal dizem aos editores o que (não) publicar ou, quando não o dizem, esses mesmos decidem, dependendo da ideologia já criada. É a partir disso que a Análise do Discurso pode mostrar o que no jornalismo, habitualmente, permanece oculto: quem fala e a partir de que posição ideológica.

Para Van Dijk (1993) a ideologia está diretamente ligada ao social. É a representação mental dos interesses de um grupo, quer sociais, econômicos e/ou culturais. Para o autor, embora se faça a distinção entre discurso e ideologia, esta e outras cognições sociais estão envolvidas na produção e na compreensão do discurso. No caso do discurso jornalístico, a ideologia tem a mesma função cognitiva do Poder: monitora a maneira de agir dos interlocutores em discurso, como membros dominantes/dominados de grupos ou organizações institucionais, a fim de controlar os conflitos sociais. Assim, o discurso se faz importante na reprodução da ideologia para o controle de grupos em conflito. Portanto, a ideologia tem como função coordenar os atos e práticas dos membros sociais de um grupo, de maneira a garantir que seus membros irão, geralmente, atuar de maneiras parecidas, cooperando em tarefas conjuntas, o que contribui para a integração desse determinado grupo.

O DISCURSO JORNALÍSTICO:
SUAS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO

Para Guimarães (1999) as condições de produção discursiva vinculam-se às circunstâncias que determinam os papéis representados pelos protagonistas na interação comunicativa.

Entendendo o discurso como uma forma de ação, para analisar um discurso é necessário buscar a (re)construção do contexto, a fim de os papéis representados pelos protagonistas discursivos serem identificados, bem como as suas identidades discursivas.

As condições de produção do discurso jornalístico são definidas por uma hierarquia de categorias discursivas, semânticas e textuais, que definem um contexto global em relação a um contexto local e são apresentadas em diferentes níveis, quais sejam: as categorias Poder, Controle e Acesso, no nível discursivo; as categorias Ignorado/Conhecido e Inusitado/Esperado, no nível semântico da notícia; e a categoria histórico-temporal Atualidade, no nível do acontecimento do mundo real relatado.

O contexto global ou social trata de parâmetros como grupos sociais, papéis, conhecimento de regras e normas, metas, organizações e instituições, ou seja, trata do papel social entre grupos, sob as condições definidas pelas categorias Poder, Controle e Acesso.

Na prática social do discurso jornalístico há convenções que regulam institucionalmente as relações entre os sujeitos atribuindo-lhes um estatuto na atividade da linguagem, ou seja, cada membro de um grupo representa um determinado papel.

O contexto local ou interacional define-se por ser composto por participantes com papéis e propósitos, bem como, tempo e lugar. Nesse tipo de contexto há *um discurso para a mudança*. Isso significa que, uma vez que o público leitor possui um contexto cognitivo para a leitura da notícia, e que nela são agrupadas categorias semânticas - Inusitado ou Ignorado -, o leitor é levado a fazer inferência e reformular o seu contexto cognitivo.

Uma categoria do contexto local é a Atualidade. Ela relaciona-se ao desenrolar do processo narrativo do acontecimento informado antes que ele transforme-se em notícia. Define-se pela novidade

de do acontecimento.

O DISCURSO JORNALÍSTICO NAS ENTRELINHAS

Tendo em vista o objetivo deste trabalho, de identificar e descrever as relações existentes entre diferentes edições da seção “Veja essa”, foi levantado o corpus, publicado do segundo semestre de 2005 até o segundo semestre de 2006, e foi realizada a sua análise que consistiu de três etapas:

- (1ª) Análise de cada texto reduzido;
- (2ª) Intertextualização dos textos reduzidos de uma mesma página;
- (3ª) Intertextualização de diferentes edições da seção “Veja essa”.

Apresentaremos uma parte da análise feita, que consiste de duas edições datadas em 14 de junho de 2006 e 21 de junho de 2006.

14 de junho de 2006

Eu sei que ele está magro. Mas vira e mexe a gente lê na imprensa brasileira que ele está gordo, está gordo, está gordo. Ele está gordo ou não está gordo? O presidente Lula, perguntando a Parreira sobre o estado físico do Fenômeno, em videoconferência com os membros da seleção brasileira.

Eu também tenho coisas para perguntar a ele. Todo mundo diz que ele bebe pra caramba. Tanto é mentira que eu estou gordo quanto deve ser mentira que ele bebe pra caramba. Ronaldo, o Fenômeno, irritado com a repercussão da pergunta do presidente na imprensa.

21 de junho de 2006

Eu não acho que o Ronaldo está gordo. A mídia exagera muito. Raica de Oliveira, modelo e namorada do Fenômeno no Programa do Jô.

Nossa! Eles acham que EU sou gordo!!!

Jô Soares

Ah, não se pode comparar você com o Ronaldo...

Raica de Oliveira

Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Linguísticos

Não, claro, eu não jogo há muito tempo.

Jô Soares

O que vale é a vitória. Com o gol de cabeça, peito, bicicleta ou canela. Luiz Inácio da Silva, o Lula, levando sua estratégia política para o futebol.

Na edição do dia 14 de junho de 2006, *Veja* publica o trecho polêmico da entrevista do presidente Lula sobre a Copa do Mundo, em que ele faz uma pergunta sobre o Ronaldo. Nesse momento, *Veja* avalia negativamente o jogador Ronaldo, ativando a memória do público leitor sobre as condições físicas do jogador, desqualificando-o diante do mais importante evento esportivo, a Copa do Mundo. Em seguida, a Revista recontextualiza o enunciado de Ronaldo, que foi questionado sobre o que o presidente Lula havia dito. O jogador responde ironicamente, avaliando de maneira negativa a reputação de Lula, uma vez que foi ativada a memória de longo prazo do público leitor quanto à “fofoca” de que o presidente gosta de beber.

Na edição da semana seguinte, datada em 23 de junho de 2006, *Veja* recontextualiza a entrevista que Jô Soares fez a Raica de Oliveira, que era namorada do jogador Ronaldo, e o faz de uma maneira que avalia positivamente o entrevistador Jô Soares, e negativamente Raiva e, por sua vez, Ronaldo. *Veja* ativa a memória sobre as entrevistas de Lula e de Ronaldo diante das questões que estavam afetando Ronaldo a jogar. O jogador é tratado como um atleta insuficiente. *Veja* avalia Ronaldo negativamente através da avaliação positiva dada a Jô Soares. E remete-se às denúncias de corrupção do governo Lula quando ironiza a estratégia política do presidente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos indicam que as revistas dialogam entre si, de modo a manter a progressão temática de acordo com o acontecimento no tempo, e são construídas ideológica e culturalmente pelos valores opinativos do Poder da revista-empresa.

BIBLIOGRAFIA

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

DIJK, Teun A. van. *Elite Discourse and Racism*. EUA: Sage Publications. Sage Series on Race and Ethnic Relations, 1993.

FAIRCLOUGH, Norman e WODAK, Ruth. Análisis crítico del discurso. **In:** DIJK, Teun A. van. (org.). *El discurso como interacción social*. Gredisa, 2000.

GUIMARAES, Doroti Maroldi. *A organização textual da opinião jornalística nos bastidores da notícia*. Tese de Doutorado. PUC/SP, 1999.