

## AS AMBIGÜIDADES NO DISCURSO JORNALÍSTICO POPULAR: O DOMÍNIO DO INSÓLITO

Phellipe Marcel (Mestrando, UERJ)

[phellipemarcel@yahoo.com.br](mailto:phellipemarcel@yahoo.com.br)

**RESUMO:** Engraçados? Irônicos? Críticos? Como podem ser caracterizados os jornais populares que, no início deste século XXI, vêm buscando tornar-se acessíveis àqueles menos favorecidos em termos de renda e instrução? Algo nos faz pensar: seriam as formações discursivas presentes nos enunciados desses periódicos dotadas de um ineditismo nos meios de comunicação? Ou seriam essas formações discursivas bem parecidas com aquelas que presenciamos no chamado “grande jornalismo”, em seu padrão hegemônico, sua naturalização de opiniões, sentidos e, por que não, direções? Ricos em recursos expressivos como as metáforas e ambigüidades, esses jornais — tomemos como exemplo o carioca *Meia Hora de Notícias* — trazem uma nova roupagem à mídia como a conhecemos nos últimos tempos, mas, como qualquer outra manifestação lingüística, silenciam, também, distintos significados. Com o auxílio teórico da análise do discurso de linha francesa, aqui suscitada principalmente na figura de Michel Pêcheux e Eni Orlandi (esta brasileira), esse é o foco deste artigo: o que subjaz — mas não se subordina — às palavras desta aparente novidade que marca a contemporaneidade ora recebendo críticas de rebaixamento cultural, ora conclamada como solução de problemas de comunicação entre classes?

**Palavras-chave:** Mídia de minorias, análise do discurso, jornais populares

(...) os acontecimentos (ou não-acontecimentos) se tornam permutáveis e até substituíveis uns pelos outros no mercado cultural da informação. A singularidade do acontecimento, o que é irreduzível à sua transcrição codificada e à sua teatralização, o que faz o acontecimento puro e simplesmente, está perdido. (BAUDRILLARD, 2002, p. 137)

Jean Baudrillard, no livro *A troca impossível*, é um tanto apocalíptico em relação ao presente da informação e de seu mercado. Segundo ele, o excesso hodierno de informações e de suas possíveis significações pode provocar no homem uma sensação de pura insignificância, diante de todos os sentidos que circulam por todos os lados, apagando ainda mais os rastros dos acontecimentos. O discurso jornalístico talvez possa ser considerado como exemplo maior de todo esse palavrório às vezes tomado como infrutífero ou provocador de sensações confusas no homem, para pensadores como Jean Baudrillard. Isso porque, contemporaneamente, com a segmentação de públicos dos jornais impressos, grande parte da população tem acesso a diferentes títulos a diversos preços.

Aparentemente, para os teóricos da pós-modernidade, os fatos são sempre os mesmos, tanto que o que Baudrillard chama de “mercado cultural da informação” faz uma troca, tal qual numa prateleira de supermercado, de um acontecimento pelo outro. A relação do sujeito com o enunciado não apresentaria nada de novo. Dessa forma, parte da idéia de *acontecimento* de Foucault sucumbiria:

um conjunto finito e efetivamente limitado de seqüências que tenham sido formuladas, compreendendo o enunciado em sua singularidade de acontecimento, em sua irrupção histórica (...). Foucault enxerga (...) uma articulação dialética entre singularidade e repetição: ‘de um lado, ele é um gesto; de outro, liga-se a uma memória (...); é único mas está aberto à repetição’ (GREGOLIN; 2004; p. 88).

Para a Análise do Discurso de linha francesa — aqui até agora representada por Michel Foucault, mas fio condutor deste trabalho —, o enunciado não apenas engendra

uma eterna repetição de uma memória, mas também apresenta algo singular, algo que passa por uma interpretação em dois níveis: “o de quem fala e o de quem analisa” (ORLANDI, 2001, p. 19), sendo a incompletude do discurso “característica de todo processo de significação” (ORLANDI, 2001, p. 19). Deve-se lembrar que o conceito de *interpretação* da AD francesa não pode ser confundido com o dos estudos hermenêuticos ou os da análise de conteúdo. Interpretação é “um trabalho contínuo na sua [do homem] relação com o simbólico” (ORLANDI, 2004, p. 10), portanto, é inevitável e pode parecer, a princípio, inexistente, graças à defesa — por parte de outras correntes teóricas — de que o dizer já é o fato, de que o sujeito é o senhor do sentido ou de que há uma completude, uma integralidade emanando das palavras — não precisando elas, portanto, ser interpretadas. Contudo, Authier-Revuz discorda de que o sentido seja uma manifestação transparente e inequívoca — além de unívoca — dos enunciados, eles sempre escondem/suscitam tantos outros, ainda que (sempre) inconscientemente:

Sempre sob as palavras, “outras palavras” são ditas: é a estrutura material da língua que permite que, na linearidade de uma cadeia, se faça escutar a polifonia não intencional de todo discurso, através da qual a análise pode tentar recuperar os indícios da “pontuação do inconsciente”. (AUTHIER-REVUZ, 1990)

O que ocorre, entretanto, para que Baudrillard acredite que a singularidade da transcrição codificada (em linguagem) — do acontecimento — esteja se perdendo?<sup>1</sup> Sem dúvidas, há indícios de que o jornalismo esteja instituindo muitas vezes os mesmos valores: “a prática discursiva jornalística permite a institucionalização social de certos sentidos, remetendo ‘ao que todo mundo sabe’ (uma verdade local) e ao silenciamento de outros sentidos, resultado de uma política do silêncio” (MARIANI, 1998, p. 30). Essa mesma autora, no mesmo texto, ainda complementa: “podemos dizer que nessa artesanaria da transmissão de sabedorias, o que é narrado é sempre o mesmo, mas é

sempre diferente” (MARIANI, 1998, p. 31). Isso porque os narradores de hoje foram os ouvintes de outrora, então eles contam o mesmo de forma diferenciada, tal qual o ouvinte (leitor) da vez, atravessados pelo interdiscurso, pela memória do dizer: “É porque é histórico (não natural) é que muda, e é porque é histórico que se mantém. (...) A determinação não é uma fatalidade mecânica, ela é histórica” (ORLANDI, 2001, p. 103).

Essa questão de o discurso ser histórico de forma determinante é fundamental para a análise do discurso. É inegável que, no processo de assujeitamento, o sujeito (não) se veja construindo o sentido apenas devido às relações que a língua (materialidade) mantém com a historicidade.

O sentido é sempre sentido para, e não sentido em si. A ambigüidade inscrita na própria noção de assujeitamento — sujeito a e sujeito de — tem relação com a produção dos sentidos no jogo entre formações discursivas que repartem o sentido, que trabalham com a divisão da interpretação. O fato da interpretação é sintoma dessas diferenças, dessa contradição (sujeito a/sujeito de). A ideologia, então, é o apagamento, para o sujeito, de seu movimento de interpretação, na ilusão de “dar” sentido. [grifos da autora] (ORLANDI, 2004, p. 95)

É imprescindível que se compreenda essa noção de “sujeito *a*” e “sujeito *de*”<sup>2</sup>. Ao mesmo tempo que o sujeito é assujeitado, a divisão social do trabalho da interpretação (ORLANDI, 2004, p. 94) garante que ele *também* faça parte, por sua memória do dizer — ainda que haja um apagamento disso —, da produção de sentido. A impressão do sujeito, contudo, é a de que o sentido parte de si próprio, de forma bem transparente. Pode parecer que a interpretação não existe, ou seja, que não há um prévio e concomitante cruzamento de discursos — portanto, de formações discursivas e, conseqüentemente, de formações ideológicas — na produção dos mesmos.

Michel Pêcheux, em “Ler o arquivo hoje” (1982), já antecipava que a mera construção sintática não dá conta daquilo tudo que os discursos são. Algo foge, algo é

insuficiente na sintaxe para que as formações discursivas sejam tomadas como prontas, com sentidos fechados, textos que se completam em si:

A materialidade da sintaxe é realmente o objeto possível de um cálculo — e nesta medida os objetos lingüísticos e discursivos se submetem a algoritmos eventualmente informatizáveis — mas simultaneamente ela escapa daí, na medida em que o deslize, a falha e a ambigüidade são constitutivos da língua, e é por aí que a questão do sentido surge do interior da sintaxe. (PÊCHEUX, 1982, p. 62)

E é justamente essa ambigüidade que Pêcheux cita como constitutiva da língua, a manifestação que estamos tratando como motor deste trabalho. Identificamos que nela o inconsciente e, portanto, a ideologia se farão manifestos e funcionais por meio daquilo que Orlandi (2004, p. 103) chamará de *equivoco*, ou seja, o produto da inscrição da língua na história e da interpelação — refletida por um movimento sócio-historicamente situado — do sujeito pela ideologia.

Em jornais voltados aos segmentos mais populares da sociedade, alguns recursos de estilo humorísticos são freqüentemente inseridos, muitas vezes nas primeiras capas, como chamarizes para a leitura.<sup>3</sup> O uso da ambigüidade é mais do que explorado, uma vez que provoca um estranhamento e conclama o esclarecimento dos enunciados. Poderíamos considerar, talvez, que o uso desses elementos dá um primeiro passo rumo a uma proximidade maior com os segmentos populares, se considerarmos a opinião de alguns teóricos defensores da “equiparação”<sup>4</sup> do código com que o jornalismo escreve às massas. É o caso do Vito Giannotti, conclamando uma mudança nos meios de comunicação:

É preciso derrubar todas as muralhas que impedem o zé-povinho de entender, de compreender. Isto, se o objetivo é chamar para a ação milhares (...). Se o objetivo é disputar a hegemonia, quem se propõe a lutar por uma nova sociedade precisa comunicar esta necessidade para milhões. Comunicar, isto é, mostrar, cativar, combater a visão contrária, provar, argumentar, convencer e... levar a agir. (GIANNOTTI, 2004, p. 173-174)

No mesmo livro, mais cedo, Vito advoga um discurso que seja mais compreensível, menos floreado. Na mesma medida em que Jean Baudrillard se opõe à quantidade massiva e “no atacado” de enunciados que nos vêm (vendem) a todo momento, Giannotti acredita que a culpa da existência de uma imobilidade por parte dos segmentos populares é, entre outros fatores, da dificuldade que o leitor/ouvinte tem de compreender os enunciados.

Sendo assim, jornais como o carioca *Meia Hora de Notícias* estariam bem próximos de acabar com os problemas gerais da comunicação, ao menos da voltada a determinados segmentos de mercado. Criado em 2005 com o *slogan* de “Nunca foi tão fácil ler jornal”, o sucesso do noticiário é inegável. Com o mesmo preço de capa desde sua criação, as tiragens são numerosas e, de certa maneira, realmente há uma facilidade em se ler o jornal por suas matérias curtas, em geral com poucos parágrafos e com manchetes bem “enxutas”. Além de tudo, há uma “equiparação” de código lingüístico: algumas frases, percebe-se, foram feitas para conquistar o público-alvo — são repletas de jogos de sentido e ambigüidades. Uma observação ingênua dessas características pode levar à conclusão de que, por *Meia Hora* ser um jornal barato e com quantidade não-caótica de informações (e de fácil compreensão<sup>5</sup>), esse jornal é um redentor para o modelo de comunicação em massa que tem sido feito.

Durante todo o mês de julho de 2008, observamos as primeiras capas das edições de *Meia Hora*. Percebemos que os recursos humorísticos realmente são recorrentes, bem como alguns trocadilhos. Como exemplo por amostragem, abaixo encontram-se os textos que mais chamaram a atenção na edição do dia 14 de julho, segunda-feira.

MENGÃO FAZ *ORGIA* DE GOLS E DÁ *CRÉU* NO VASCO

Fla mostra que *feira boa* é no gramado, *mete* 3 a 1 no Bacalhau e dispara *na ponta*

*VAI VER O SOL NASCER QUADRADO*

POLICIAL CIVIL GENRO DO VEREADOR JEROMINHO É PRESO ACUSADO DE SER  
DA MILÍCIA DA ZONA OESTE

André Malvar, que havia fugido da cadeia no início do ano, foi *caçado* ontem  
lá no Rio Grande do Norte

À primeira leitura, a ambigüidade em cada uma dessas chamadas (no jornal *Meia Hora*, as manchetes vêm acompanhadas de pequenos textos, ora sobretítulos, ora subtítulos) pode parecer apenas um recurso para o humor. Mas, segundo Orlandi (2004, p. 115),

Todo texto é heterogêneo (...) do ponto de vista de sua constituição discursiva: ele é atravessado por diferentes formações discursivas, ele é afetado por diferentes posições do sujeito, em sua relação desigual com os sentidos, com o político, com a ideologia.

Portanto, não podemos fazer uma leitura inocente dos enunciados. Há sempre influências sócio-históricas, culturais, ideológicas que determinam o efeito de sentidos dos discursos. No caso da primeira manchete<sup>6</sup>, a construção permite uma associação às últimas semanas no mundo futebolístico: a *orgia* é uma referência direta ao capítulo em que jogadores do Flamengo foram acusados de envolvimento com prostitutas. Como o Flamengo, time de grande adesão por parte dos cariocas, venceu o jogo com o Vasco, parece haver não reparação ou superação — pelo contrário, há, sim, uma reafirmação da verdadeira, pode-se inferir que essa é a posição do jornal, função do jogador de futebol: jogar. A vida particular devassada, para o *Meia Hora*, na edição comentada, não tem importância se o futebol é bom. As outras palavras grifadas ( *festa boa, mete e na ponta*) fazem todas parte do campo semântico sexual, e existe um trocadilho entre campos semânticos que se encontram em um lugar comum: a ação bem-sucedida.<sup>7</sup>

Na segunda manchete, o uso de uma expressão bem popular — Vai ver o sol nascer quadrado — já atrai pelo menos a curiosidade do leitor. O ditado, que, como

muitos, simula uma transparência e um emanar de sentido de si mesmo, na verdade nasce pela própria imagem que se faz de um homem na prisão: sendo saídas de ventilação das celas quadradas e bem pequenas, o crepúsculo chega aos presidiários em forma de luz quadrada, sendo recortada pelas janelas. Aliado esse ditado ao verbo com que o policial é tratado — *caçado* —, o mínimo que se pode imaginar é que ele está e continuará sendo tratado como animal. Essa formação discursiva está perpassada por um profundo senso de que prisioneiro não é merecedor de direitos humanos; posição controversa, mas que pode ser deduzida pelas posições ideológicas envolvidas no discurso. A ambigüidade própria dessa manchete é indício da “pontuação do inconsciente” de que Authier-Revuz tratou anteriormente.

Não é à toa que alguns sentidos sejam silenciados: as palavras dizem muito mais do que elas são, e apenas em sua materialidade, linguagem, é que se pode perceber o equívoco, a falha que faz parte, por que não, do ritual. Afinal, se é passível de, tal passibilidade é constitutiva do discurso. E o silenciamento de determinados sentidos é peculiar ao exercício do jornalista<sup>8</sup>: a imprensa é “uma instituição que, apesar de ter a heterogeneidade como uma característica constitutiva, funciona desambigüizando o mundo, homogeneizando os sentidos e instituindo ‘verdades’ que ela mesma coloca em circulação” (MARIANI, 1998, p. 29).

As ambigüidades no discurso jornalístico popular assumem, finalmente, um caráter que desde o título deste trabalho estamos por desenvolver. A demora se deu porque não poderíamos introduzir o assunto exceto num ensaio de (não) conclusão — ela não se fecha aqui de forma preliminar, e muito menos definitiva. O jornalismo popular, por todas as suas características aqui abordadas — que se leia novamente a nota de rodapé nº 3 —, pertence ao domínio do insólito. Os estudos sobre essa

característica do discurso se dão mormente na área das ciências literárias, mas podemos aplicá-los, sem prejuízos, ao campo jornalístico, de estudos da linguagem e, por que não, adaptá-los à AD de linha francesa. Lenira Marques Covizzi define:

O insólito contém uma carga de indefinição própria de seu significado. Entra-se em contato com objetos, pessoas, situações até então desconhecidos. Daí a perplexidade e excitação que provoca. E se, como dissemos acima, é tratado como habitual, nos seus limites de clareza, logicidade, naturalidade e determinação, numa abordagem inversa ao normalmente esperado, sua carga de estranheza se multiplica.

Podemos ainda caracterizá-lo genericamente como sendo um fenômeno de inadequação essencial entre partes de um mesmo objeto, entre origem e fim, constituição e fim. Utilidade e fim, ou sua especial significação e contexto em que se insere: deslocamentos, não correspondência entre significado intrínseco e operacionalidade, teoria e prática. Enfim, uma disfunção. (COVIZZI, 1978, p. 26)

As manchetes do *Meia Hora* nos mostram situações no mínimo inusitadas, e tratadas de forma totalmente inesperada, estranha. Mas não é porque esse tipo de jornalismo representa um “regime de exceção” entre os outros que pode ser tido como resposta aos problemas da comunicação. Desconfiamos de que, de alguma forma, as formulações discursivas formuladas pelo jornalismo popular não passem de traduções (ou translações) — voltadas aos segmentos menos elitizados — das posições ideológicas também correntes na mídia impressa tradicional, consolidada da metade do século XX para cá. Esta já sai do domínio do insólito, exatamente pelo tradicionalismo com que produz, mas ambas<sup>9</sup> pertencem ao mesmo sistema midiático que promove uma pasteurização dos discursos e uma tentativa de apagamento tanto da autoria (pela questão da imparcialidade) quanto dos sentidos. Para a pós-modernidade de Baudrillard, a tentativa é efetivada: qualquer rastro de sentido outro desaparece. Para a AD, um silenciamento, não um apagamento<sup>10</sup>, é obtido — e pode, com cuidado, ser escamado pelo trabalho de um analista também afetado pela ideologia.

**ABSTRACT:** Funny? Ironic? Critical? How can popular newspapers—that in the beginning of this 21st century have been introducing its speech to the poorest and not so much intellectualized people—be described? Something makes us think: is there anything special in the discursive formations of these publications that turn them into a totally new thing? Or are these discursive formations so much alike those that we can see in that so-called *mainstream media*, in its hegemonic pattern, its naturalization of opinions, senses and, why not, directions? Enriched with many expressive resources such as metaphors and ambiguities, these newspapers—Rio de Janeiro’s *Meia Hora de Notícias*, for instance—bring us a new outlook, a different view from the media that we are used to knowing nowadays. However, as much as any other linguistic experience, it silences, while expressing, different meanings. With the theory of French DA (discourse analysis), maintained here by Michel Pêcheux and Eni Orlandi (this one a Brazilian researcher), this is the bottom line of the article: what hides underneath—but certainly doesn’t subordinate to—the words of this apparent novelty that marks contemporariness, either being criticized because of the low cultural level that it promotes, or being acclaimed as a solution for communication issues across social classes?

**Keywords:** minority media, discourse analysis, popular newspapers

## **REFERÊNCIAS**

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. *Cadernos de estudos lingüísticos*, nº 19. Campinas: IEL, 1990.

BAUDRILLARD, Jean. *A troca impossível*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

COVIZZI, Lenira Marques. *O insólito em Guimarães Rosa e Borges*. Coleção Ensaio, nº 49. São Paulo: Editora Ática, 1978.

GIANNOTTI, Vito. *Muralhas da linguagem*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

GREGOLIN, Maria do Rosário. *Foucault e Pêcheux na análise do discurso — diálogos & duelos*. São Carlos: Editora ClaraLuz, 2004.

MARIANI, Bethania Sampaio Corrêa. “Narrativas e rituais enunciativos na imprensa: a ‘intentona’ de 35”. In RUBIM, Antônio Albino C.; BENTZ, Ione Maria G.; PINTO, Milton José (orgs.). *Produção e recepção de sentidos midiáticos*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 1998. pp. 29-42.

*Meia Hora de Notícias*. Rio de Janeiro: 14 de julho de 2008.

ORLANDI, Eni P. *Discurso e Texto: formulação e circulação dos sentidos*. Campinas, São Paulo: Pontes, 2001.

\_\_\_\_\_. *Interpretação: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico*. 4ª ed. Campinas, São Paulo: Pontes, 2004.

PÊCHEUX, Michel. “Ler o arquivo hoje”. In ORLANDI, Eni P et al. (orgs.). *Gestos de leitura*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 1982. p. 55-66.

---

<sup>1</sup> Baudrillard inegavelmente apresenta pontos de convergência com a Análise do Discurso de linha francesa: para ele, o que faz de um acontecimento um acontecimento, “puro e simplesmente”, é o processo de enxerto de sentido que damos a ele. Contudo, graças a uma crise de significação, parece-me que o pensador desconfia de que esse processo não seja mais tão bem-sucedido. Daí o termo “não-acontecimento”: são fatos desprovidos de qualquer sentido, objetos culturais mercadológicos com valor de venda. Para a AD francesa, porém, essa falta de sentido talvez corresponda a uma repetição — como as narrativas são incompletas, toda repetição é complementada pela voz do narrador, do ouvinte, do leitor etc. Portanto, não poderia haver uma total carência de sentido em qualquer enunciado. O que aparentemente está em jogo, porém, para Baudrillard é a quantidade de informações.

<sup>2</sup> Em “Ler o arquivo hoje”, Pêcheux cita Georges Canguilhem: “Porque o sentido é *relação* a, o homem pode jogar com o sentido, desviá-lo, simulá-lo, mentir, armar uma cilada” (*Le cerveau ET La pensée*, Cours Publics de MURS, 20 de fevereiro de 1990, p. 1; *apud* Pêcheux; 1982).

<sup>3</sup> Não abordaremos o fato aqui, embora ele seja fundamental ao fechamento deste trabalho, de que essa inserção representa concomitantemente um retorno ao jornalismo praticado na primeira metade do século

---

XX no Brasil e, dentro de toda a heterogeneidade do jornal, uma exceção entre o modelo de manchete consagrado hoje como o padrão a ser seguido.

<sup>4</sup> Em momento algum se vai afirmar aqui que os recursos utilizados pelos jornais voltados aos segmentos populares acabam por simplificar o código; até pelo contrário: eles enriquecem o discurso suscitando ainda mais sentidos, talvez, do que enunciados que se propõem mais objetivos. Chamar esses discursos de *simples* meramente porque estabelecem um vínculo — talvez mesmo afetivo — com o código utilizado pelos segmentos mais populares da sociedade seria subestimar mesmo o profissionalismo dos jornalistas que produzem esses jornais, como se a tarefa de produzi-los fosse mais fácil.

<sup>5</sup> Se não de “fácil compreensão”, pelo menos de relacionamento afetivo com o leitor, que se deixa envolver pelas manchetes.

<sup>6</sup> Neste primeiro trabalho sobre o tema, generalizarei manchete, subtítulo e subtítulo — todos com nomes específicos na profissão jornalística — com fim didático.

<sup>7</sup> Não podemos reduzir o caráter do trocadilho a um resultado positivo ou negativo, mas a um instrumento lingüístico-discursivo de crítica: “O trocadilho é uma forma de linguagem que des-estabiliza esta forma de pensar: insistindo no clichê, ele des-estabiliza, desloca, porque ultrapassa a oposição positivo/negativo. Esta forma discursiva, popular, praticada como mostramos [“protesto do indivíduo oposto ao conformismo social] é uma crítica ao elogio (romântico) do único, do original que traz o desprezo da quantidade (multidão). Este desprezo repousa na crença da singularidade incondicional (não material), singularidade da aparência.” (Orlandi; 2004; p. 198) [colchetes meus]. No caso de *Meia Hora*, o uso do trocadilho é, sim, uma crítica, mas é difícil medir até que ponto essa crítica não consagra a própria coisa criticada.

<sup>8</sup> Não consideramos isso uma característica positiva ou negativa, mas decorrente da divisão social do trabalho da interpretação.

<sup>9</sup> Imprensa tradicional e jornalismo popular.

<sup>10</sup> Não neste caso.