

Pai é quem cria: uma leitura semiolinguística do sensacional Sensacionalista.

Camilla Ramalho Duarte (UFF)*

Resumo

O presente trabalho pretende analisar uma matéria do *Jornal Sensacionalista*, intitulada *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas*, por meio da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso criada por Patrick Charaudeau, explorando, principalmente, dois conceitos importantes dentro de tal teoria, a saber, *sentido de língua e sentido de discurso*. O primeiro conceito está ligado à compreensão literal de um enunciado, enquanto que o segundo diz respeito à interpretação não só do enunciado, mas também de suas condições de produção e, principalmente, de seus sujeitos interpretantes, que podem ou não coincidir com os sujeitos destinatários, idealizados, por sua vez, pelos comunicantes do referido discurso. As concepções de humor de Bergson (1987), Freud (1987) e Bakhtin (2010, *apud* SILVA, 2012) também servirão como mote de análise para o presente trabalho, já que o *Jornal Sensacionalista* possui como efeito visado o riso, uma vez que se desprende do sério socialmente aceito e construído e da rigidez do cotidiano para criar, assim, um efeito de humor. É possível perceber, então, que as notícias *sensacionalistas* só serão entendidas em seu viés humorístico caso seus destinatários percebam que é necessário interpretá-las, além de compreendê-las; caso contrário, o *Jornal Sensacionalista* deixará de ser um jornal isento de verdades, típico de nosso cotidiano, e se tornará, em tese, um jornal isento de mentiras, ao qual se poderá atribuir um *status* de verdade absoluta, como acontece com outros veículos de comunicação que são nossos velhos conhecidos.

1. Apresentação

Como dito no resumo do presente artigo, o objetivo deste trabalho é analisar, de maneira breve, uma notícia do *Jornal Sensacionalista*, intitulada *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas*, comparando-a com outra notícia do mesmo jornal, a saber, *Polêmica: ativista gay propõe presépio com dois Josés*. Tal comparação parece se justificar pelo fato de o veículo de comunicação *sensacionalista* se autointitular isento de verdades, apesar de utilizar estratégias linguístico-discursivas que o façam parecer isento de mentiras, como é o caso, por exemplo, da mimetização do jargão jornalístico, comum aos jornais tradicionais de nosso cotidiano.

O *Jornal Sensacionalista*, por ser um jornal virtual que se auto intitula isento de verdade, não possui, de fato, um compromisso com a verdade, apesar de veicular notícias que poderiam ser reais, mas não são. A questão que se coloca, então, é: há algum jornal que possua esse compromisso estrito com a verdade ou são todos *sensacionalistas*, como o nome do nosso objeto de análise sugere?

* ... FALTA NOTA DE RODAPÉ (UFF).

O Sensacionalista, geralmente, dá sua versão sobre fatos ocorridos no nosso dia a dia, sempre trazendo à superfície do texto o *nonsense*, o absurdo e, conseqüentemente, o humor. Muitas vezes, porém, as notícias podem ser criadas sem um referente explícito no mundo real, ou seja, sem uma notícia que seja considerada de base. Vale lembrar que baseadas ou não numa notícia do mundo, a finalidade do jornal é sempre causar o riso.

O humor sensacionalista, além de, obviamente, provocar o chiste, faz críticas severas à realidade em que vivemos, suas mazelas sociais, econômicas, culturais e, também, ao papel dos jornais do cotidiano, que dizem veicular apenas notícias verdadeiras e reais, com imparcialidade e objetividade. Contudo, não seriam por si só subjetivos os critérios de imparcialidade e objetividade, já que mudam de acordo com o jornal que se lê?

Assim sendo, o Jornal Sensacionalista é um veículo de comunicação diferenciado não só por ser virtual e se dizer descompromissado com a verdade, mas também por questionar, usando o humor, o que é ser um jornal comprometido com a verdade, a situação socioeconômica, política e cultural em que o país e seus habitantes vivem ou, ainda, questionar os limites rígidos existentes entre verdade e mentira. O humor e o absurdo são usados, dessa forma, como maneira de espetacularizar situações cotidianas, sempre colocando em xeque a cobertura dessas notícias, feita pelos jornais, e as próprias situações prosaicas que estão sendo noticiadas.

A análise de tais notícias terá como base conceitos e proposições da Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, criada por Patrick Charaudeau, como é o caso dos conceitos de sujeitos sociais e discursivos e seus circuitos interno e externo, bem como do de *Contrato de Comunicação*. Serão, ainda, usados os conceitos de *sentido de língua x sentido de discurso*, mostrando, justamente, a diferença que existe entre *compreender* e *interpretar* um enunciado.

Por fim, serão usadas as definições de humor cunhadas por Bergson (1987), Freud (1987) e Bakhtin (2010) (*apud* SILVA, 2012) que têm, todas as três, como ponto de encontro o fato de o humor desconstrói o sério socialmente aceito e produzido, deslocando os discursos produzidos da rigidez do cotidiano. O humor *sensacionalista*, então, inscreve-se dentro desse deslocamento, haja vista que quebra a rigidez do cotidiano por meio de seu humor conhecido por *nonsense*.

Para que as análises e discussões acima mencionadas ocorram, é necessário expandir os conceitos acima mencionados para que se torne possível a compreensão e a interpretação daquilo que está sendo mostrado.

2. Eixos Teóricos

Primeiramente, torna-se necessário estender as noções de sujeito trazidas por Charaudeau em sua Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, lembrando que

tais sujeitos não são entendidos como sendo assujeitados às ideologias dominantes, já que podem ir contra elas, modificando-as e questionando-as, afinal, são dotados de uma intencionalidade.

Para o teórico mencionado, todo texto está inscrito em um circuito que lhe é interno e em outro que, por sua vez, lhe é externo. Entende-se por circuito interno os aspectos puramente linguísticos dos textos, já que não se leva em consideração a situação comunicativa em que tais textos estão inseridos, bem como suas condições de produção e sua incursão sócio-histórica, o que cabe ao circuito externo do texto. Deste modo, todo discurso, no dizer de Charaudeau, deve ser analisado por meio de seu viés linguístico em primeiro lugar, porém devem ser consideradas suas condicionantes externas, que, muitas vezes, determinam a maneira como um texto deve ser interpretado.

Em tal teoria, os sujeitos possuem um papel de destaque, haja vista serem eles os produtores e receptores dos discursos veiculados, como é o caso do discurso *sensacionalista*. Os sujeitos se subdividem em sociais e discursivos, sendo os sujeitos sociais aqueles seres que existem no mundo extralinguístico, já que são seres humanos de carne e osso, ao passo que os sujeitos discursivos figuram apenas no universo discursivo, visto que são construídos no e pelo discurso. Desse modo, é possível perceber que os sujeitos possuem, então, duas identidades concomitantes: uma social e outra discursiva.

No circuito externo ao texto, figuram dois sujeitos, sendo um responsável pela instância da produção, a saber, o eu comunicante, e outro, pela instância da recepção, o tu interpretante, que são ambos seres do mundo real. Por outro lado, dentro do circuito interno do texto, há, também, dois sujeitos: um responsável pela instância da produção, o eu enunciador, e outro, pela da recepção, o tu destinatário. Desse modo, é possível perceber que o eu comunicante dá voz a um eu enunciador dentro do discurso, do mesmo modo que o tu interpretante dá voz a um tu destinatário.

Neste ponto do trabalho, torna-se importante deixar claro que os sujeitos discursivos acabam por ser idealizados pelos sujeitos sociais, ou seja, há idealizações que acontecem no circuito externo ao texto que podem ou não se concretizar dentro do circuito interno ao texto, dentro do discurso. Logo, é possível perceber que o eu comunicante idealiza o tu destinatário ao qual se dirige, o que ocorre de semelhante maneira com o tu interpretante, que também idealiza o eu enunciador com quem fala. Entretanto, nem sempre o eu comunicante coincidirá com o eu enunciador, assim como o tu interpretante nem sempre será simétrico ao tu destinatário de um texto.

Neste ponto do trabalho, torna-se imprescindível falar de outro conceito trazido por Charaudeau em sua Teoria Semi linguística de Análise do Discurso: o conceito de *Contrato de Comunicação*. Por *Contrato de Comunicação*, entende-se uma

espécie de contrato que corresponde a um quadro de referência ao qual se reportam os sujeitos do ato de linguagem; quadro de referência esse que lhes impõe uma série de restrições, mas, simultaneamente, abre-lhes um vasto leque de possibilidades linguístico-discursivas, gerando, assim, nos sujeitos, uma expectativa – ou *enjeu* no dizer de Charaudeau – que pode fazer com que tais sujeitos se reconheçam enquanto parceiros e até mesmo enquanto protagonistas do ato de linguagem.

Para esclarecer, de vez, tal questão, recorreremos, pois, a Charaudeau:

O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência. Eles se encontram na situação de dever subscrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2012, p. 68).

É necessário falar, ainda, daquilo que Charaudeau chama de dupla dimensão do fenômeno linguageiro, que tem, justamente, a ver com a *expectativa múltipla* do ato de linguagem, já que sua compreensão/interpretação depende do ponto de vista dos sujeitos envolvidos na atividade linguageira. Tal *expectativa múltipla* é o que possibilita a produção de diversos possíveis efeitos de sentido dentro do ato de linguagem, ou seja, tem a ver com a maneira como tais sujeitos recebem os discursos produzidos, que podem ser entendidos apenas pelo aspecto verbal ou literal ou se levando em conta seu possível sentido implícito.

Assim sendo, é possível estabelecer que o ato de linguagem é, ao mesmo tempo, explícito e implícito, afinal, para cada enunciado corresponde um significado que se restringe apenas ao que está sendo dito, mas corresponde, também, a uma infinidade de outros possíveis efeitos de sentido que preveem as circunstâncias de produção de um discurso, principalmente a intencionalidade do sujeito falante.

Logo, um simples enunciado como “A porta está aberta” pode significar que, literalmente, a porta está aberta ou pode significar, por exemplo, que alguém passou e deixou a porta aberta ou pode explicar o motivo de se estar frio em um cômodo ou pode, ainda, significar que, indiretamente, alguém está pedindo para que a porta seja fechada.

Sentido de língua e sentido de discurso parecem se relacionar à dupla dimensão do ato linguageiro, a saber, o explícito e o implícito, que os enunciados carregam consigo logo assim que são produzidos. *Sentido de língua*, então, diz respeito ao explícito da linguagem, àquilo que está sendo, de fato, dito: o literal que os enunciados trazem em si. Por outro lado, *sentido de discurso* significa, justamente, prestar atenção nos implícitos, naquilo que comumente se diz que algum sujeito quis dizer.

Monnerat (2005) diz que o *sentido de língua* refere-se ao mundo de maneira transparente, já que faz uso apenas do explícito da linguagem, quando o destinatário mobiliza apenas o literal, num movimento conhecido por centrípeto, organizado por critérios de coesão, construindo seu enunciado numa sistematicidade intralinguística. Já quando se faz uso do *sentido de discurso*, aproveita-se da opacidade do próprio signo linguístico e até mesmo do discurso para produzir efeitos de sentido que são construídos pelo destinatário de um texto quando este se utiliza de um sentido indireto, implícito por meio da função da intertextualidade. Logo, o *sentido de discurso* só pode ser depreendido pela capacidade que seu destinatário possui de inferir o que está sendo, em que se mede, por meio de um movimento centrífugo – voltado às condições extralinguísticas da enunciação –, o grau de verossimilhança do já referido *sentido de discurso*.

Pensando, portanto, no fato de que há sempre algo implícito naquilo que está explícito, já que essas duas dimensões são indissociáveis, Charaudeau dir-nos-á que os enunciados devem ser compreendidos em seu viés literal e explícito, mas, ao mesmo tempo, devem ser interpretados pensando na intencionalidade do sujeito produtor do enunciado e nas circunstâncias de produção deste, concluindo, assim, que todo enunciado produz mais de um efeito de sentido possível, como é o caso do *Jornal Sensacionalista*.

Por fim, o presente trabalho basear-se-á nas definições de humor de Bergson (1987), Freud (1987) e Bakhtin (2010, *apud* SILVA, 2012) que têm como ponto de ancoragem o fato de que o humor advém da quebra de rigidez do cotidiano, possibilitando, assim, que haja uma ruptura com o sério socialmente aceito e construído, para que o riso, então, ocorra. Dessa forma é possível estabelecer que o humor exerce uma espécie de função social ao se desprender do sério socialmente aceito e construído, principalmente no que diz respeito ao humor *sensacionalista*.

Para Bergson (1987, *apud* SILVA, 2012), o humor só é possível no domínio do homem, onde aparece para corrigir e restabelecer a ordem da vida e da sociedade, que foi quebrada quando a rigidez mecânica se sobrepôs ao humano. Ou seja, o riso parece, então, mais uma vez, possuir uma função social, afinal, é uma forma de normatizar a conduta social que tornou-se exceção, após a regra, obviamente, ser quebrada.

Para Freud (1987, *apud* SILVA, 2012), no entanto, o chiste – entendido no presente trabalho como sinônimo de humor – é proveniente do inconsciente, assim como o sonho, afinal, diz respeito a uma relação, esboçada por Aristóteles na Antiguidade, existente entre ideias e coisas, que resulta em jogos de palavras e pensamentos. O prazer, decorrente do riso, só é possível visto que resulta de uma economia de esforço intelectual, que nada mais é do que a não necessidade de se pensar com racionalidade diante dos moldes intelectuais que uma sociedade pode vir a seguir.

Logo, é possível pensar numa oposição entre o sério e o riso, que, por sua vez, também é central na obra de Bakhtin (2010): para o autor, o riso carnavalesco, principalmente aquele presente na obra de Rabelais, aparece como uma forma de romper com a seriedade social vigente na época. O riso carnavalesco é, pois, um riso popular, que desconstrói a rigidez dos padrões sociais e transforma o sério em cômico e o temível em risível, afinal, do ponto de vista discursivo, o humor pode ser abordado como uma das estratégias que servem por um lado para distrair, por outro, para descontrair o destinatário (SILVA, 2012, p. 25). O riso pode, ainda, assumir um caráter ambivalente, posto que se mostra como burlador, sarcástico, mas cheio de alegria e alvoroço ou denegridor e, ao mesmo tempo, constrói-se como uma forma de cobrar transformações sociais e políticas nos lugares onde ocorre.

O humor parece ser, então, ponto de partida e ponto de chegada do pacto que se estabelece entre o sujeito enunciador do Jornal Sensacionalista e seu sujeito destinatário e tal humor é proveniente do *nonsense* e do absurdo, que são o mote para que essas notícias sejam criadas. O destinatário pode, por sua vez, ocupar dois lugares frente a esse discurso *sensacionalista*: o de cúmplice, quando ri das notícias veiculadas por tal jornal, ou o de adversário, quando as entende como sendo notícias verdadeiras que trazem consigo um *status* de verdade absoluta, o que é não é a intenção do sujeito enunciador que produz tal discurso.

3. Desvendando as estratégias sensacionalistas

Iniciaremos, neste ponto do trabalho, a articulação dos eixos teóricos aqui assumidos com o discurso *sensacionalista*, objetivando demonstrar as estratégias linguístico-discursivas elencadas pelo jornal, a fim de fazê-lo parecer isento de mentiras, quando, na realidade, é isento de verdades.

Para tal, segue a notícia que, aqui, será analisada:

ABRIL 17, 2014

Sensacionalista
 O JORNAL REVOLTO DE VERDADE

Urgente
 Dilma é flagrada na praia ao estilo Cicarelli

ENTRETENIMENTO ESPORTES VÍDEOS MUNDO PAÍS DIGITAL ECONOMIA NA TV BIZARRICES DA INTERNET LISTAS

Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas

Postado por out 14 2010 - 5:44pm por @sensacionalista

Na seção Mundo

2746

Tags mineiros

Twitter

Curta 51

Print

Relacionadas

Depois de médicos, Brasil receberá gêmeos gêmeos estrangeiros por causa dos embargos infantis

Leonardo Lanina

Ofertas: Voos Lisboa

voos.com/Lisboa

Passagens a partir de US\$799 Aqui no Voos.com! Confira

tranquilizado por um médico, muito amigo da família.

O médico Alfonso De la Onza, que esteve o tempo todo ao lado da mulher de Gallardo, disse ser muito comum o espermatozoide sobreviver por muito tempo antes de fecundar o óvulo. "É um espermatozoide guerreiro, um sobrevivente como o pai", declarou para os jornalistas presentes.

Sensacionalista

Curta Você curtido.

Você e outras 174.000 pessoas curtiram Sensacionalista.

Últimas

Vaga abaixo de marquise no Rio é vendida pelo preço de cobertura em Paris

De luto pela morte de Nelson Ned. Umpa Lumpas ficará sete dias sem produzir chocolate

Entero de Nelson Ned terá presença de Mula Sem Cabeça e políticos honestos

Médicos informam que Nelson Ned não corre risco de morte, mas de virar filhote de pombo

Dilma é flagrada na praia ao estilo Cicarelli

Relógios de Daiz detemem no calor do Rio de Janeiro

Dois mil empregados desistem de férias para poder ficar no ar-condicionado da empresa

Homem dá entrada no hospital após ter seu coração cozido dentro do próprio corpo

Figura 1: Notícia: *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas* no site do Jornal Sensacionalista.

FONTE: LANNA, Leonardo. *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas*. Disponível em: <<http://sensacionalista.uol.com.br/2010/10/14/mineiro-chileno-se-emociona-ao-saber-que-sua-mulher-esta-gravida-de-5-semanas/>>. Acesso em: 03/maio/2015.

3.1. Os sujeitos *sensacionalistas* e seus circuitos

Os sujeitos *sensacionalistas* são quatro, como bem nos lembra Charaudeau: dois responsáveis pela instância da produção, um no circuito externo e outro, no interno, e dois responsáveis pela instância da recepção, um no circuito externo e outro no interno, haja vista que todo ato de linguagem, para o teórico acima referido, é dialógico – no sentido bakhtiniano do termo.

Portanto, no circuito externo ao texto, há dois sujeitos responsáveis pela produção e pela recepção do discurso *sensacionalista*. Como tais sujeitos são seres pertencentes ao mundo real, com uma identidade social, o papel de comunicante do *Jornal Sensacionalista* cabe, obviamente, à pessoa que produziu e idealizou as notícias, assim como o papel de interpretante cabe aos leitores do jornal no mundo extralinguístico.

Na notícia em questão, de nome *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas*, o eu comunicante é a pessoa que assina a matéria e dá voz a um sujeito discursivo que só existe dentro da enunciativa, e pressupõe, também, que será lido por leitores reais, os quais idealiza em sujeitos destinatários que podem ou não ser assimétricos aos interpretantes, que são os leitores reais do *Sensacionalista*.

É justamente nessa possibilidade de assimetria que se inscreve a notícia em questão, visto que ela foi entendida como real por diversos sujeitos interpretantes que se mostraram, então, diferentes daqueles sujeitos idealizados como destinatários pelo eu comunicante do jornal. Foi o caso, por exemplo, da sessão *Económico*, do jornal português *Observatório da Imprensa*, segundo matéria do próprio site do Jornal Sensacionalista, intitulada *Grande jornal português publica matéria do sensacionalista como se fosse real*.

Quando tal assimetria ocorre, é possível dizer que o discurso *sensacionalista* foi entendido como sendo o mesmo produzido pelos jornais tradicionais, visto que as notícias foram entendidas como sendo notícias do mundo real, que informam aos seus leitores fatos prosaicos do “aqui” e do “agora”. Dito de outro modo: quando o tu destinatário, perfil de leitor idealizado pelo eu comunicante no circuito externo do texto, não coincide com o tu interpretante, o discurso *sensacionalista* é entendido como sendo igual ao de uma notícia tradicional; porém, quando esse leitor real coincide com o perfil de leitor idealizado pelo produtor do discurso *sensacionalista*, o discurso produzido é entendido como sendo fonte de humor, haja vista que a visada principal do texto não é fazer seu leitor ficar a par de fatos do cotidiano, mas sim fazê-lo rir.

3.2. O Contrato de Comunicação sensacionalista

Como dito acima, o *Contrato de Comunicação* é o responsável por criar um quadro de referência ao qual os sujeitos do ato de fala reportar-se-ão. Contudo, pode haver, também, uma discrepância entre esses quadros de referência que norteiam a atividade linguageira, impondo aos falantes, ao mesmo tempo, possibilidades e restrições.

Explica-se: por exemplo, o perfil de destinatário idealizado pelo eu comunicante do *sensacionalista* pode criar um quadro de referência em que as notícias *sensacionalistas* são entendidas como sendo peças humorísticas, ou seja, mimetiza-se o jargão jornalístico, todavia, o fato narrado nada mais é do que uma mentira inventada pelo jornal com o objetivo de suscitar um possível efeito de sentido que provoque o riso.

No entanto, pode haver – e há – leitores que entendam as notícias *sensacionalistas* como sendo verdadeiras: esses leitores, assimétricos ao perfil de leitor *sensacionalista* idealizado, reportam-se a um quadro de referência diferente daquele criado pelo eu enunciativo do jornal, visto que entendem as notícias como sendo produzidas por jornais de nosso cotidiano e passam a tratar o fato noticiado, como a gravidez da mulher do mineiro chileno, como sendo um fato verídico.

Dessa forma, o *Contrato de Comunicação* estabelecido entre os parceiros do ato de linguagem pode ou não coincidir com aquele estabelecido pelos protagonistas da cena enunciativa, visto que as idealizações e projeções que fazem os sujeitos sociais no circuito externo do texto – levando em conta, por exemplo, a situação de comunicação – podem ou não ser as mesmas feitas pelos sujeitos discursivos dentro do circuito interno do texto, fazendo com que os parceiros se tornem adversários e não mais cúmplices, inviabilizando, assim, a produção de um possível efeito de humor.

A partir, então, dessa possível quebra do *Contrato de Comunicação*, é possível pensar em algumas questões que acabam por se estender a todo o discurso jornalístico e não àquele corresponde ao do *Jornal Sensacionalista*: não seriam todos os jornais sensacionalistas a seu modo, uma vez que tentam produzir em seus leitores efeitos patêmicos, como a comoção e até mesmo a identificação? Não seriam todos os jornais, cada qual a seu modo, uns mais outros menos, isentos de verdade, visto que são fruto de uma intencionalidade discursiva de um ou de vários sujeitos?

3.3. Sentido de língua x sentido de discurso dentro do Sensacionalista

Assim como as demais atividades linguageiras, o discurso *sensacionalista*, no dizer de Charaudeau, possui uma dupla dimensão, já que pode ser entendido tanto de maneira explícita como de maneira implícita e é justamente nesse liame que a notícia aqui analisada parece figurar, já que, apesar de falsa, foi entendida como verdadeira por diversos leitores que não coincidiram com o perfil idealizado pelo eu comunicante do *Jornal Sensacionalista*.

Logo, é possível perceber que, quando as notícias veiculadas são recebidas em sua forma explícita, ou seja, compreendidas apenas no seu *sentido de língua*, são entendidas como sendo reais, visto que o discurso *sensacionalista* mimetiza o jargão jornalístico, o que o faz parecer isento de mentiras, quando, na realidade, é isento de verdades.

No entanto, se o discurso *sensacionalista* for entendido de maneira implícita, pelo viés do *sentido de discurso*, perceber-se-á, via de regra, que o principal objetivo do *jornal* é fazer rir e não apenas informar um fato ao leitor. Portanto, as notícias deixam de ser entendidas como sendo notícias do mundo real e passam a ser entendidas como notícias fictícias que pretendem, como possível efeito de sentido, fazer seu destinatário rir, afinal, o discurso *sensacionalista* tem como ponto de partida – e até mesmo de chegada – o humor chamado de *nonsense*.

3.4. Humor e análise sensacionalistas

O humor do *Jornal Sensacionalista*, de maneira geral, ocorre pelo uso do *nonsense*. O cômico, então, acontece quando o eu enunciativo do jornal usa em seu discurso o

jargão jornalístico, embora veicule acontecimentos irrealis – e até mesmo surreais – que, geralmente, surgem de uma notícia do mundo real. É como se o riso surgisse do inesperado e da surpresa, afinal, o sujeito interpretante não imagina que, na leitura de um jornal, deparar-se-á com uma notícia fictícia, justamente porque os jornais do nosso cotidiano dão a si próprios e àquilo que escrevem um *status* de verdade absoluta que não pode ser contestado ou questionado.

Diante do discurso *sensacionalista*, o tu destinatário pode assumir duas posições: o de vítima que se choca e se ofende com um humor que desconstrói notícias sérias ou o de cúmplice que ri junto do eu enunciador, afinal, é o próprio sujeito receptor que dá credibilidade suficiente para que aquele diga o que diz.

A intencionalidade do eu comunicante serve, então, de mote para que o tu destinatário construa, junto ao eu enunciador, um sentido possível para aquilo que está sendo dito. Quando esta intencionalidade discursiva não é entendida, as notícias do *Sensacionalista* deixam de ser entendidas dentro do viés do cômico e passam, no entanto, a ser entendidas dentro do viés do sério. É o que ocorreu, por exemplo, quando vários veículos de comunicação do mundo inteiro noticiaram a gravidez da mulher do mineiro chileno como uma notícia verdadeira.

O humor do referido jornal virtual parece, portanto, surgir a partir do momento em que se afasta do sério socialmente aceito e construído, exercendo, segundo Bergson (1987), Freud (1987) e Bakhtin (2010, *apud* SILVA, 2012), a função social do riso, que é o deslocamento da rigidez do cotidiano, a fim de que o próprio riso seja encontrado e produzido. E é justamente nesse choque que o *Sensacionalista* parece construir seu discurso, já que tira a seriedade e a gravidade de notícias do dia a dia das pessoas e as torna passíveis de riso, como é o caso do desabamento de uma mina chilena, em que vários operários ficaram soterrados por dias.

Levando em conta apenas o título da notícia aqui analisada – *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas* –, pode-se perceber que o sujeito destinatário teria dificuldades em entender a real intenção do sujeito enunciador quando este constrói uma manchete como essa, uma vez que, tendo por base somente os aspectos linguísticos do discurso, poderia entendê-lo como literal e os possíveis deslizamentos de sentido seriam postos à margem do texto.

A marcação temporal, portanto, assume uma posição estratégica, caso o sujeito destinatário mais atento perceba que o tempo de gravidez da mulher do mineiro chileno é inferior ao tempo em que o homem permaneceu soterrado, por conta de um deslizamento, na mina. Com muita sutileza e insinuações bastante risíveis, o eu enunciador afirma que o filho não é do mineiro, já que o bebê foi concebido enquanto o trabalhador ainda estava preso na mina em questão. Tal contradição fica evidenciada por meio da comparação entre os marcadores temporais *68 dias* e *cinco semanas*.

Ao mesmo tempo em que o *status* de verdade absoluta parece ser colocado em xeque, a notícia traz em seu bojo o nome do hospital real onde os mineiros foram cuidados e medicados, o que dá mais verossimilhança ao texto lido e faz com que um sujeito destinatário menos atento não perceba o efeito de humor pretendido e entenda a notícia como sendo real.

A notícia mostra, ainda, a desconfiança natural do mineiro chileno, ainda mais se analisarmos, com cuidado e atenção, os referidos marcadores temporais. Entretanto, tal desconfiança dissipa-se quando o discurso de um médico é usado como argumento de autoridade, afinal, este indivíduo possui um saber que o mineiro não tem e, por esse motivo, assume uma posição de credibilidade que lhe permite dizer o que diz. Essa posição é dada por outro que não ele. Tal desdobramento do episódio remete-nos a uma crença popular de que médicos são detentores de um saber que os demais não possuem e, por isso mesmo, não podem ter seu discurso contestado, mesmo que seja um discurso calcado no absurdo, como é o de que um espermatozoide pode sobreviver por muito tempo antes de fecundar um óvulo. Mais uma vez, o chiste provém do absurdo e do *nonsense*.

Torna-se interessante pensar em como os nomes das pessoas citadas nessa notícia são construídos: o sobrenome de Alberto, a saber, Gallardo, por uma questão de aproximação fonológica, remete-nos à expressão popular *galbado*, cujo sentido é “aquele que foi traído”. O nome do médico, por sua vez, faz uma referência sutil à outra expressão popular, a saber, *amigo da onça*, que significa “aquele que se faz de amigo”, mas, na realidade, não age como tal: o médico chama-se Alfonso de la Onza e é descrito como sendo muito amigo da família. A incursão da figura do médico na história possibilita outro deslizamento de sentido: o médico faz questão de afirmar que o mineiro é o pai da criança por não querer assumir a paternidade que lhe cabe. Tais expressões populares ativam um conhecimento de mundo partilhado pelos sujeitos discursivos, provocando, por conta disso, o riso.

Portanto, sujeitos destinatários que não correspondam aos sujeitos interpretantes, idealizados pelo eu comunicante, não serão capazes de entender as nuances de sentido que um discurso como o do *Sensacionalista* gera, uma vez que não partilham dos conhecimentos de mundo trazidos por esse texto e, obviamente, não podem, dessa forma, construir, junto com aquele que produz o discurso, o riso, fazendo com que o texto seja entendido no seu sentido puramente linguístico, desprezando seu viés pragmático e discursivo.

4. Considerações Finais

Por tudo anteriormente dito, cabe ressaltar o papel de destaque que recebem os sujeitos na Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso, cunhada por Patrick Charaudeau, visto que são dotados de uma intencionalidade discursiva que determinará

o objetivo com o qual os discursos são produzidos. Dessa maneira, dentro do discurso *sensacionalista*, há dois sujeitos sociais, habitantes do mundo real, responsáveis, na instância da produção, pela criação do discurso e, na instância da recepção, por compreender e interpretar aquilo que foi dito.

Os sujeitos sociais, por sua vez, dão voz e vez a sujeitos discursivos que só existem no papel, dentro da cena enunciativa. Tais sujeitos discursivos são idealizados pelos sujeitos sociais. Dito de outro modo: o sujeito destinatário *sensacionalista* é idealizado pelo sujeito comunicante e pode ser que o destinatário não coincida com o interpretante, ser do mundo real, criando, desse modo, uma assimetria entre o perfil idealizado de sujeito receptor e o interpretante desse discurso.

Quando tal assimetria acontece, há uma quebra no *Contrato de Comunicação*, já que o sujeito interpretante se reporta a um quadro de referência diferente daquele ao qual se reporta o destinatário, possibilitando, assim, que as notícias *sensacionalistas* sejam entendidas como sendo notícias do mundo real, em vez de serem tidas como notícias fictícias, uma vez que fazem parte de um jornal que não tem um compromisso estrito com a verdade – mas teriam todos os jornais de nosso cotidiano um compromisso com a verdade?

Partindo justamente dessa discrepância que há entre os quadros de referência ao qual se reportam os sujeitos receptores da linguagem – eu interpretante e tu destinatário –, é possível pensar que alguns leitores podem entender o discurso *sensacionalista* por meio do *sentido de língua*, ou seja, compreender as notícias por meio do literal e aí estas serão, de fato, notícias do mundo real ou podem, por outro lado, interpretá-las pelo viés do *sentido de discurso*, analisando a situação de comunicação na qual se inscrevem e percebendo que há uma intencionalidade por parte dos sujeitos produtores, que é justamente provocar o riso, já que o *Jornal Sensacionalista* quer que seus leitores se tornem cúmplices de seus sujeitos enunciadores, provocando dessa forma o riso naqueles.

O *Jornal Sensacionalista* é, então, um jornal virtual que coloca em xeque e discute o papel dos jornais do mundo real utilizando-se do humor para produzir suas notícias calcadas no *nonsense* e no absurdo, entretanto, justamente por mimetizar o jargão jornalístico e ter como base, via de regra, acontecimentos do mundo real e, ainda, por contar com leitores que não correspondem ao perfil idealizado pelo eu comunicante, acabam por ter suas notícias levadas a sério, assim como a maioria dos leitores leva a sério as demais notícias dos outros jornais de nosso mundo.

Referências

CHARAUDEAU, Patrick. Análise do discurso: controvérsias e perspectivas. In: MARI, B. et al. (orgs.). *Fundamentos e dimensões da Análise do Discurso*. Belo Horizonte: UFMG, 1999.

_____. Uma análise semiolinguística do texto e do discurso. In: PAULIUKONIS, M. A. L.; GAVAZZI, S. (orgs.). *Da língua ao discurso: reflexões para o ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2005.

_____. *Linguagem e Discurso*. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. *Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional*. Disponível em <<http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html>>. Acesso em 26 fev. 2014.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2008.

Grande jornal português publica matéria do sensacionalista como se fosse real. Disponível em <<http://sensacionalista.uol.com.br/2010/11/08/grande-jornal-portugues-publica-materia-do-sensacionalista-como-se-fosse-real/>>. Acesso em 03 maio 2015.

LANNA, Leonardo. *Mineiro chileno se emociona ao saber que sua mulher está grávida de 5 semanas*. Disponível em: <<http://sensacionalista.uol.com.br/2010/10/14/mineiro-chileno-se-emociona-ao-saber-que-sua-mulher-esta-gravida-de-5-semanas/>>. Acesso em 03 maio 2015.

MONNERAT, R. S. M. A dimensão simbólica na construção da palavra publicitária. In: I Simpósio Internacional de Letras Neolatinas, 2005, Rio de Janeiro. *I Simpósio Internacional de Letras Neolatinas - Entre moinhos e livros: audácias e impasses da modernidade: Programa & Resumos*, 2005. p. 102.

SILVA, Conceição Almeida da. *Quando dizer é fazer rir para vender mais: mecanismos de produção de humor na publicidade*. Dissertação. Pós-Graduação em Estudos da Linguagem. Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2012.