

Produção de sentidos a partir da seleção lexical em capas de jornais

Gesseldo de Brito Freire (UERJ)

Resumo

Por apresentarem um padrão médio de linguagem de nossa sociedade, a mídia oferece um conjunto de textos que constituem importante objeto de pesquisa (VALENTE, 2011). Para atrair seu público, os jornais utilizam relevante recurso: a *seleção lexical*. Isso está diretamente relacionado à realidade de seus interlocutores, assim como permite revelar estruturas sociais de dominação que se valem dos discursos veiculados. Apoiado na Linguística Textual, Análise de Discurso e Semiótica, tomar-se-á como *corpus* capas de *O Globo*, *O Lance*, *Meia Hora* e *Expresso*, *O Sul* e *Jornal do Commercio*, de 09.07.2014, dia seguinte a uma das semifinais da Copa do Mundo FIFA 2014, entre Brasil e Alemanha. Será analisado como tal procedimento possibilitou, dialogicamente, produzir sentidos entre enunciadore e público-alvo.

1. Introdução

Diariamente, a mídia oferece um conjunto de textos que, nas palavras de Valente (2011), constituem um relevante objeto de pesquisa não apenas por um público constituído por milhões de brasileiros, como também por apresentarem um padrão médio de linguagem de nossa sociedade. Entre esses textos estão aqueles oferecidos nas capas de diferentes jornais ao longo do território nacional. Esse material, apresentando uma falsa neutralidade, mostra-se como um grande carreador de sentidos conforme propósitos dos seus produtores.

Que textos são esses que, de atribuição informativa, carregam consigo um disfarce de subjetividades, um conjunto de valores, assim como aspectos ideológicos bem definidos? Responder a isso passa pela ideia de que, nesses modelos de textos, ocorre uma tentativa de (re)elaboração de uma realidade observável. Assim, se comumente tal realidade seja construída a partir de um princípio de neutralidade, por vezes seus enunciadore se valem de alguns procedimentos linguísticos a fim de possibilitar uma aproximação do texto com a realidade cotidiana.

Certo é que não existem enunciados na língua que possa revelar significado ou que represente alguma ideia sem a avaliação social que o traz a público (BAKHTIN, 1997). Desse modo, alguns recursos, como dialogismo, polifonia e seleção lexical, em textos oferecidos em capas de jornais, permitem a construção de sentidos predeterminados por seus enunciadore, bem como a possibilidade de oferecer meios para uma melhor aceitabilidade de seu público.

Nas palavras de Brait (2011), o enunciado concreto, e não a abstração linguística, nasce e morre no processo de interação social entre os participantes do enunciado.

Nesse jogo, a aparente neutralidade desses textos inevitavelmente se desfaz desde a construção até o contato do leitor com a matéria.

Essa observação nos permite pensar que o texto oferecido em capas de jornais é como um espaço de interação entre os sujeitos que, de modo dialógico e mútuo, realizam a produção dos seus discursos, assim como são por eles construídos. Logo, seu leitor pode ser entendido como coautor desses textos, bem como sua existência real e/ou ideal terá valor decisivo para os comandos de sua produção.

Por fim, vale recorrer a Van Dijk (1997) no propósito de refletir sobre o fato de que não há uma linguagem ‘privada’, bem como ideologias pessoais. Podemos pensar, portanto, como a partir da *seleção lexical*, ao lado dos recursos de dialogismo e polifonia, seus produtores conseguem construir sentidos, fazer – de seus leitores – parceiros na instauração de discursos camuflados de neutralidade, todavia com interesses bem maiores que a mera apresentação de um acontecimento.

Entendendo assim a importância que tal recurso tem na construção de textos oferecidos diariamente pela mídia, parece oportuna a escolha de um conjunto de capas de jornais, publicadas no dia 09.07.2014, data seguinte à derrota da Seleção Brasileira de Futebol para a Alemanha, em uma das semifinais da Copa do Mundo FIFA. De posse do *corpus*, entendo relevante proceder à análise do discurso, com o objetivo de compreender como em um material, predominantemente composto de substantivos, seus enunciadores conseguem construir os sentidos pretendidos, assim como transformam seus leitores em coautores do texto publicado.

2. Produção de sentidos a partir da seleção lexical

Na tentativa de melhor alcançar seu público-alvo, a *seleção lexical* tem se mostrado como eficiente recurso para seus enunciadores na construção de diferentes textos oferecidos pela mídia. Entre eles, estão aqueles constantes de capas de diferentes jornais publicados diariamente. Acredito que reuni-los e realizar uma consequente análise nos permitirá perceber algumas das muitas intenções implícitas na escolha de palavras utilizadas para fazer referência a algum fato.

Pela seleção lexical, podemos pensar ser uma das propriedades discursivas de grande importância para a orientação da estrutura social. Além disso, esse procedimento nos permite compreender os aspectos sociais da linguagem. Seu uso, por sinal, encontra-se ancorado em posicionamentos, crenças e aspectos ideológicos de seus interlocutores.

Desfazendo toda e qualquer possibilidade de neutralidade discursiva nos textos em uso, esse mecanismo possibilita ao enunciadador na capa de um jornal deixar ora perceptível, ora um pouco mais implícita, sua visão a respeito daquilo que se pretende noticiar. Isso porque escolher uma palavra, e não outra, não está dissociado dos aspectos ideológicos e crenças de seus interlocutores. Tal procedimento, portanto, está

diretamente relacionado à realidade de seus interlocutores, a como essa realidade é vista e vivenciada por eles.

A realização de uma seleção vocabular para os fins pretendidos por seus enunciadores possibilita revelar estruturas sociais de dominação que se valem dos discursos cotidianamente veiculados. Desse modo, penso que os significados das palavras escolhidas para a elaboração dos textos jornalísticos também sejam (re)construídos ao longo de sua leitura. Para Bakhtin (1997, p. 310),

a significação da palavra se refere à realidade efetiva nas condições reais da comunicação verbal. É por esta razão que não só compreendemos a significação da palavra enquanto palavra da língua, mas também adotamos para com ela uma atitude responsiva ativa (simpatia, concordância, discordância, estímulo à ação). A entonação expressiva não pertence à palavra, mas ao enunciado. Mesmo assim é difícil descartar a ideia de que a palavra da língua comporta (ou pode comportar) um “tom emocional”, um “juízo de valor”, uma “aura estilística”, etc., e que, por conseguinte, comporta também a entonação expressiva que lhe seria inerente em sua qualidade de palavra.

Nesse sentido, como podemos pensar a sequência das sete palavras em destaque na capa de jornal a seguir?



Jornal Expresso – 09.07.2014

Em uma capa de jornal, poderíamos esperar enunciados explícitos, com uma sequência lógica, típica de textos dessa natureza (sujeito + verbo + complemento + adjuntos).

Naturalmente, sobre alguma palavra pesaria uma maior carga expressiva para a compreensão da mensagem. Todavia, estamos diante de uma sequência de palavras, aparentemente isoladas.

Bakhtin (1997, p. 310) explica que se “uma palavra isolada é proferida com uma entonação expressiva, já não é uma palavra, mas um enunciado completo, realizado por uma única palavra (não há razão alguma de convertê-la numa oração)”. Portanto, não podemos nos limitar a analisar os termos *pena*, *desânimo*, *tristeza*, *raiva*, *dor*, *decepção* e *vergonha* como vocábulos isolados, sem que, de algum modo, não pensemos em um enunciado para cada um deles.

Assim, a leitura de cada uma das sete palavras é capaz de nos levar a uma sequência de enunciados camuflados. Isso porque o contexto em que o material se insere possibilita uma leitura muito além de um conjunto de termos. Uma palavra se associa a outra e nos leva a pensar em alguns enunciados, de modo que a construção dos sentidos pretendidos a partir delas se processa dialogicamente no texto apresentado.

Nesse caso, vale recorrer a Fiorin (2006, p. 59), quando ele afirma que os enunciados são sempre históricos, pois são constitutivamente dialógicos. Podemos entender, portanto, que o conteúdo dessas capas deve ser analisado sob uma perspectiva histórica, social e cultural na qual se incluem os sujeitos e seus discursos (BAKHTIN, 1997).

Se por um lado consideramos a possibilidade de um diálogo entre enunciadores e enunciatários na apresentação do material, os discursos ofertados podem ser alvo de “*aprovações ou reprovações, polêmicas e contratos e, até mesmo, adesões ou recusas*” (FIORIN, 2006, p. 25). Diante disso, cabe aos produtores textuais encontrar recursos que melhor lhes apresentem resultados satisfatórios. Parece clichê, mas “as *palavras* têm *poder*”.

A partir do momento em que os elementos *palavra* e *poder* se tornam uma única coisa e que os detentores desse poder têm a intenção de mantê-lo, a ideologia não se apresenta somente na sedimentação entre pensamento, discurso e mundo; o poder se estabelece, estrategicamente, na forma como a linguagem é manipulada para que as versões só contenham o que importa dos fatos. Thompson (1995, p. 348) considera que

se a natureza da mídia e das quase-interações mediadas definem parâmetros amplos dentro dos quais as mensagens adquirem um caráter ideológico, é essencial relacionar essas mensagens a contextos específicos dentro dos quais elas são recebidas. É apenas dentro desses contextos que as mensagens mediadas podem, ou não, constituir-se como ideológicas; é apenas aqui que a mensagem construída a fim de conquistar poder terá sucesso, ou não, em sustentá-lo.

Não podemos, portanto, pensar no *corpus* desta pesquisa como se fosse uma sequência aleatória de palavras sem sentido, ao lado de imagens desconexas. Mas, sobretudo, devemos levar em consideração todos os componentes previamente escolhidos para a construção de um texto que, ideologicamente, procura não deixar espaços para

quaisquer tipos de discordância. Vender é o maior objetivo de um jornal; para isso, seus produtores não se privam de lançar mão daquilo que lhe é possível utilizar, sem desconsiderar o discurso nos quais se apoiam.

A leitura da capa apresentada, assim como outras, que serão aqui oferecidas, nos permite tratar cada uma das palavras em destaque como substantivos, ou seja, termos que denominam cada uma das sensações apresentadas por um “eu” diante de um fato. Escolher um nome, e não outro, para uma construção implica não somente uma relação dialógica, como também isso pode ser visto como um aspecto icônico-pragmático na tentativa de construir uma significação.

Simões (2004, p. 16) explica que

os significados não estão “presos” aos textos ou às palavras, são reconstruídos ou atualizados no processo de produção de sentido. Este processo se constitui pela produção ininterrupta de uma cadeia de signos, que se inicia na seleção dos constituintes textuais, passando pela combinação e organização desses elementos, e se completa na interpretação. Nesse percurso, estabelecem-se as relações entre as palavras, expressões e símbolos e seus usuários, baseados em ‘princípios de cooperação’, sem os quais não é possível interpretar.

Nesse sentido, podemos pensar que no que diz respeito à análise verbal de um material linguístico, a iconicidade pode não ser apenas analisada no nível da estruturação gramatical. Há, nesse caso, um nível ainda maior, de maior abrangência, observável na trama textual. Sobre isso, Simões (2009) explica que é observável tanto a seleção vocabular como representativa de usos e costumes diversos, a colocação dos termos nos enunciados como imagens das opções de enfoque ou das posições discursivas, a eleição do gênero e do tipo como indicador da relevância dos itens temáticos e lexicais contemplados no texto, assim como o projeto do texto, ou seja, sua arquitetura visual ou sonora.

A autora ainda destaca os níveis de iconicidade norteadores para a compreensão dos textos que encontramos cotidianamente. Segundo ela, essas condições podem ser distribuídas:

- Iconicidade Diagramática → qualidade relativa ao projeto visual ou sonoro do texto e à estruturação dos sintagmas
- Iconicidade Lexical → potencial de ativação de imagens mentais
- Iconicidade Isotópica → demarcadora de isotopias subjacentes ao texto

Assim, como a escolha por uma lista de substantivos para a confecção de capas de jornal é capaz de criar ícones para a produção de sentidos, organizar estruturas sociais segundo os objetivos de seus enunciadores? Selecionar uma palavra é reconhecer que seu poder está além de uma pura relação entre significante e um referente.

Escolher, portanto, um substantivo, e não outro, não pode se restringir ao simples fato de nomear, fazer referência a algo ou alguém.

Podemos dizer que a seleção lexical permite a realização do enquadramento de um dado referente a conceitos de caráter classificatório, pejorativo, discriminatório, além de possibilitar a apresentação de rótulos. Por esses aspectos e, atento aos aspectos discursivos associados ao seu uso, é que penso que o substantivo apresenta um caráter icônico-pragmático, assim como no ato de interpretar um texto seu poder ilocucional pode servir de guia, instrução para os leitores.

3. Análise

Partindo da ideia do que nos aponta Santaella (1983), qualquer “coisa” pode ser um signo, desde que esta “coisa” seja entendida como algo que esteja representando outra coisa. Nesse sentido, podemos pensar que a leitura de um texto nos permite uma reflexão sobre não apenas o que está escrito, mas também o(s) discurso(s) nele implícito(s).

Os sentidos apresentados em um texto podem estar associados a outras informações para o além dos explícitos. Há, em cada texto, um conjunto de intertextos e interdiscursos construtores de um discurso daquilo que é observável em uma primeira análise e que não se constroem unicamente nos limites daquilo que é, inicialmente, observável.

Essas considerações são norteadas pelo entendimento de que os enunciados são apoiados num plano discursivo que articula linguagem e sociedade, entremeadas pelo contexto ideológico, em que, tanto os sujeitos diretamente implicados nesses discursos, como os que se dedicam a pesquisar suas falas, são capazes de realizar inferências na interpretação do que é apresentado em um texto. Os primeiros, por representarem as vozes dos discursos implícitos, enquanto que os últimos (os pesquisadores) se apresentam diante de um fenômeno social carregados de crenças, interpretações e valores construídos nos contextos culturais com os quais interagem. Corado (2007, p. 47) afirma que

na medida em que é determinado pelas formações ideológicas e essas são socialmente construídas através de formações discursivas, o discurso remete sempre a outros discursos. O enunciador é, então, o suporte da ideologia, dos múltiplos discursos com os quais elabora o “seu” discurso, reproduzindo assim o dizer de seu grupo social.

Penso que isso significa que o enunciador é o agente de produção do seu texto, todavia não propriamente do discurso por ele veiculado. Conforme Corado (2007), os verdadeiros agentes discursivos são as classes ou grupos sociais representados por esse enunciador. Por sua vez, Orlandi (1996, p. 461) explica que

todo processo de produção de sentidos se compõe em uma materialidade que lhe é própria. Assim, o significado não se estabelece na indiferença dos materiais que a constituem, ao contrário, é na prática material significante que os sentidos se atualizam, ganham corpo, significando individualmente.

Nesse sentido, proceder a Análise do Discurso de um material textual nos permite não estacionar na interpretação, mas trabalhar seus limites, seus mecanismos, como parte dos processos de significação (ORLANDI, 2010). Esse modelo de análise visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ele considera como atos do domínio simbólico, já que eles intervêm no real do sentido.

Observe, por exemplo, a construção da capa do jornal *O Lance*, veiculada no dia 09 de junho de 2014:



Jornal O Lance – 09/07/2014

Afastando-se de exemplos de formas composicionais que, naturalmente, esperaríamos de uma capa de jornal, verificamos que a construção da capa d’*O Lance* se processa com a apresentação de poucos elementos verbais, todavia de grande valor expressivo. Como em outras construções, também apresenta informações como preço, locais de circulação, local de publicação, número da edição, ano, endereço eletrônico, além do nome do jornal e logotipo. Mas, o que nos chama a atenção é o fato de não apresentar manchetes com uma estrutura a que estamos acostumados a observar (sujeito + verbo de ação + complementos + adjunto), acompanhadas de fotografias.

Um grande espaço vazio é seguido da apresentação de alguns substantivos e uma frase imperativa de grande aspecto sugestivo: “*DIGA O QUE ESTÁ SENTINDO E FAÇA VOCÊ MESMO ESTA CAPA DO LANCE!*”. Acompanhados a isso, os

termos *indignação, revolta, dor, frustração, irritação, vergonha, pena e desilusão* parecem completar um convite a que o leitor participe da produção textual da capa.

Sabemos que uma das características de um texto é o seu caráter dialógico (BAKHTIN, 1997; BARROS, 2003; BRAIT, 2011; FARACO, 2009), e o redator da capa em estudo parece não reter esse aspecto no espaço dos implícitos do texto. Nesse aspecto, a proposta de produção oferecida nos permite pensar que o leitor já tenha ciência de por que está sendo convidado para tal prática. Vale lembrar que o contexto histórico da publicação (após a derrota do Brasil para a Alemanha na Copa do Mundo de Futebol - FIFA 2014) gerou uma enorme repercussão nos veículos de comunicação e nas redes sociais tanto no Brasil quanto em terras estrangeiras.

As vozes que compõem o jornal tentam compartilhar com o leitor sua dor. Ela é, provavelmente, a mesma para ambos os lados. Tal sensação não foi singular, mas plural na apresentação da lista de substantivos que traduzem o momento vivido pela torcida brasileira. Poderia ser maior, visto que as reticências assim sugerem.

O grande espaço vazio pode traduzir a enorme lacuna temporal (de 1950 a 2014) esperada pelo povo brasileiro para conquista de um título de grande expressão em território nacional. Afinal, se o intervalo de tempo que a torcida sorriu com a conquista de cinco títulos mundiais, em terras estrangeiras, havia um grande vazio, preenchido pela perplexidade, nas entrelinhas da narrativa histórica do esporte mais popular no Brasil, o futebol.

Penso que o fato de não apresentar uma estrutura composicional estável, típica dos gêneros presentes em capas de jornais, seja capaz de provocar no leitor um maior interesse pela leitura das notícias que no corpo do jornal serão apresentadas. Assim, a leitura do texto intitulado *Curvados diante do rival* (p. 12) ganha contornos mais dramáticos após o posicionamento do redator, na capa do jornal.

Com alguns aspectos semelhantes, as edições dos jornais *O Globo* e *Expresso*, também de 09.07.2014, se valem do uso de termos aparentemente isolados para trazer suas informações sobre o jogo. Enquanto que no primeiro, o redator se vale do neologismo *mineirätzen*, acompanhado dos termos *vergonha, vexame* e *humilhação*, o segundo opta por apresentar uma imagem que remete a um placar eletrônico, espaço em que, para cada um dos sete gols impostos pela seleção alemã, uma diferente sensação é provocada no torcedor.



Jornal O Globo – 09/07/2014

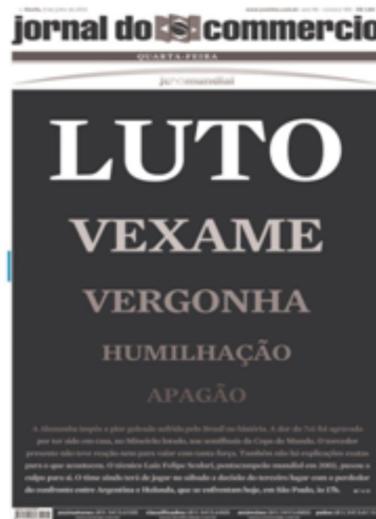


Jornal Expresso – 09/07/2014

Não muito diferente disso, outros jornais também, naquela data, optaram pela utilização de substantivos para retratar o “estado de espírito” em que a nação brasileira vivia naquele momento. Para isso, vale a pena conferir as capas do *Jornal O Sul*, de Porto Alegre-RS, e do *Jornal do Commercio*, de Recife-PE.



Jornal O SUL, 09/07/2014



Jornal do Commercio, 09/07/2014

Nesses exemplos, os substantivos, grafados em capas predominantemente de fundo negro, parecem revelar um sentimento de luto em que a nação brasileira se encontrou diante da “catástrofe” no esporte mais popular do país. Guimarães (2000), explica que a aplicação intencional da cor ou do objeto (considerando-se a sua cor) possibilitará ao objeto (ou estímulo físico) que contém a informação cromática receber a denominação de *signo*.

O autor continua afirmando que, ao considerarmos uma aplicação intencional da cor, estaremos trabalhando com a informação “latente”, que será percebida e decifrada pelo sentido da visão, interpretada pela nossa cognição e transformada numa informação atualizada. Para isso, o autor se baseia no que Bystrina (1995, p. 4) afirma: “*Tudo o que percebemos já é uma informação atualizada*”.

Em sua obra *Tópicos da Semiótica da Cultura*, Bystrina defende que a cor funciona como informação atualizada do signo, isto é, um objeto produzido por um emissor e, em seguida, recebido e interpretado por um receptor. Desse modo, na dimensão semântica da semióse, os signos estarão compostos em complexos significativos – *os textos* – e organizados por sistemas de regras – *os códigos* (GUIMARÃES, 2000).

Logo, que tipo de discurso pretende-se criar a partir das escolhas para a construção de tais capas? Uma coisa é certa: nenhuma escolha é aleatória. Koch (2003) e Val (2000) afirmam que a atividade humana interativa textual não ocorre de modo exclusivo por intermédio dos elementos linguísticos constantes na superfície textual, tampouco por seu modo organizacional. Elas alertam para o fato de que devemos considerar também o conhecimento de mundo do sujeito, sua história, sua cultura, e práticas comunicativas, a fim de efetuar a construção de prováveis sentidos.

De que modo os leitores desses jornais recebem a lista de substantivos? Que sentidos se constroem a partir da leitura desses objetos textuais? Que discurso será instaurado nas práticas comunicativas desses leitores? São perguntas que nos fazem refletir sobre tais construções textuais.

Pela teoria bakhtiniana, não existem enunciados na língua que possam revelar significado ou que representem alguma ideia sem a avaliação social que o traz a público. Desse modo, penso que o aceite dessa lista de substantivos esteja condicionado àquilo que os leitores também compactuam. Para isso, o redator de um material como o que compõe este *corpus* deve se valer, além de procedimentos que ancorem suas intenções, também de mecanismos de aceitabilidade, lembrando dois de um grupo de sete princípios de textualidade apresentado por Beaugrande e Dressler (1981).

A *intencionalidade* e a *aceitabilidade* podem ser entendidas como recursos concernentes aos objetivos, às atitudes e às expectativas dos interlocutores. Considerando, inicialmente, a *intencionalidade*, sabemos que os textos apresentam um propósito e, segundo Val (2000), interpretamos o que os produtores poderiam pretender significar e conseguir com aquela disposição formal e semântica. Auxiliado, portanto, pelos

recursos desse princípio, o produtor procura deixar suas marcas do texto, ou seja, os motivos que o levaram a produzi-lo.

Por sua vez, com o princípio da *aceitabilidade*, assumimos o que pretendemos com o objeto textual e o que nos dispomos a fazer para tomá-lo como texto (VAL, 2000). Isso significa que, se por um lado, quem constrói o texto é motivado por certas intenções, por outro, o alcance dessas intenções está intimamente ligado à aceitação por parte de seu receptor. Logo, é preciso criar condições para que o público-alvo não apenas tome o texto como informação, mas que compactue do discurso oferecido e dele também faça parte.

Valente (2011) lembra que o ser humano – por ser gregário – quer quase sempre agir sobre o outro, tentando convencê-lo ou tentando a persuadi-lo. Isso nos leva a crer que, no intuito de que um objeto seja considerado um texto merecedor da atenção de seu enunciatário, seu produtor não deve menosprezar os critérios de escolha e uso de diferentes recursos para que, inicialmente, consiga atrair a atenção do outro e, em seguida, convencê-lo de que seu aceite possa ser interessante. Para o produtor, portanto, sua intenção deve ser impulsionada por motivações, enquanto que para o recebedor, o material precisa apresentar um aspecto atraente.

Destarte, buscar analisar o porquê das escolhas dos substantivos utilizados no *corpus* desta pesquisa deverá ser o mesmo que compreender os sentidos associados a eles em um contexto específico. Para Bakhtin (1997, p. 310),

a significação da palavra se refere à realidade efetiva nas condições reais da comunicação verbal. É por esta razão que não só compreendemos a significação da palavra enquanto palavra da língua, mas também adotamos para com ela uma atitude responsiva ativa (simpatia, concordância, discordância, estímulo à ação). A entonação expressiva não pertence à palavra, mas ao enunciado. Mesmo assim é difícil descartar a ideia de que a palavra da língua comporta (ou pode comportar) um “tom emocional”, um “juízo de valor”, uma “aura estilística”, etc., e que, por conseguinte, comporta também a entonação expressiva que lhe seria inerente em sua qualidade de palavra.

Prosseguindo com as observações sobre o *corpus*, penso no conhecido dito popular que diz: “Para bom entendedor, meia palavra basta”. Parece-me, portanto, que, na capa do Jornal *Expresso*, as sensações (*pena, desânimo, tristeza, raiva, dor, decepção e vergonha*), após representar cada um dos seis primeiros gols sofridos pela Seleção Brasileira, resumem-se no sétimo, com a escolha do substantivo *vergonha*.

Por oportuno, este último termo também foi escolhido para composição, na mesma data, da capa do Jornal *Meia Hora*. Nesta edição, a opção por uma capa predominantemente preta, com inscrição de palavras na cor branca, parece retratar o sentimento de seus produtores. Como afirmam, “*Hoje não dá pra fazer graça, a gente ficou com vergonha. Amanhã nós voltamos**”, nos remete para uma sensação de luto diante do contexto pós-jogo.



Jornal Meia Hora – 09/07/2014

O título “*NÃO VAI TER CAPA*”, destaque da capa, parece uma tremenda ironia. Como hoje não vai ter capa? Sua leitura mostra que a não intenção de se construir uma capa nos moldes tradicionais de um jornal permite uma gama de possibilidades de leitura da mesma. A capa já está construída, e as possíveis leituras à espera.

Na parte inferior, uma informação nos chama a atenção: “**Enquanto você lia isso... mais um gol da Alemanha*”. Em tal trecho, poder-se-ia tratar somente de mais gol, momento maior do futebol, mas o que se parece implícito é que o confronto ainda não terminou, em um contexto ainda maior, estamos sofrendo mais um gol aplicado pela organização (a Alemanha iniciou uma grande transformação nas categorias de base de seu futebol em 2000), o que leva a ter a consciência de que, provavelmente, não sejamos mais “O país do futebol”.

Corado (2010, p. 68) explica que, no ato da produção textual, ocorrem *condições contextuais restritas* e *condições contextuais amplas*. Segundo ela, “as primeiras dizem respeito ao contexto imediato da produção discursiva, àquelas condições que, de modo muito próximo à realização discursiva, interferem diretamente na ordem a que o discurso se submeterá”, enquanto que as segundas

são aquelas que pertencem a um contexto ideológico (social, histórico e cultural) presente no sujeito e determinante de suas formações discursivas, embora, muitas vezes,

perdido de sua consciência. Ou seja, são elementos que, fazendo parte daquilo que somos, determinam nossa forma de ver e recortar discursivamente o real, sem passar necessariamente pelas malhas da consciência (CORADO, 2010, p. 68).

A resignação transmitida nas capas apresentadas aponta para uma pergunta: Será que *“Vai sobrar para ela?”*. Tal indagação, apresentada na capa da Revista *Veja*, edição de 16 de julho de 2014, parece ser fruto das várias vozes possivelmente envolvidas nos sentimentos apresentados nas publicações oferecidas. Afinal, nem sempre o indivíduo está *“Com uma vontade danada / De mandar flores ao delegado / De bater na porta do vizinho e desejar bom dia / De beijar o português da padaria”*, numa breve alusão à música *Telegrama*, de Zeca Baleiro.



Revista *Veja* – Edição 2382, de 16/07/2014

O que podemos perceber é que os sentidos de um texto se constroem no dialogismo com outros textos, como uma grande teia em que as vozes se cruzam. Tudo isso possibilita a produção de discursos, posicionamentos diante daquilo que, cotidianamente, os textos oferecem. Assim, novos textos são criados, novas visões são produzidas, ou melhor, novas visões são reconstruídas.

Os conceitos jamais serão os mesmos a cada leitura, a cada produção. Como a cada gol sofrido, temos um substantivo, no conjunto de sete, há uma lista de nomes fazendo referência a uma mistura de sentimentos que, num entrecruzar de vozes,

revelam os verdadeiros produtores das capas dos jornais em estudo, jornalistas e milhões de leitores-torcedores ao longo do território nacional.

Orlandi (2006, p. 17) alerta que

(...) o sentido de uma palavra, uma expressão, de uma proposição etc. não existe em si mesmo (isto é, em uma relação transparente com a literalidade) mas ao contrário é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões, proposições são produzidas (isto é, reproduzidas). Elas mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam. As formações discursivas são a projeção, na linguagem, das formações ideológicas. As palavras, expressões, proposições adquirem seu sentido em referência às posições dos que as empregam, isto é, em relação às formações ideológicas nas quais se inscrevem.

Portanto, se considerarmos que os substantivos nomeiam, entre outros, coisas do nosso cotidiano, pode-se pensar que eles estão além de simples referências, são produtores de sentidos. E, parafraseando Santaella (1983), realmente qualquer “coisa” pode ser um signo, desde que esta “coisa” seja entendida como algo que esteja representando outra coisa.

4. Considerações finais

Poderia concluir este texto com o que Bakhtin (1997, p. 310) explica, ou seja, para o fato de que se “uma palavra isolada é proferida com uma entonação expressiva, já não é uma palavra, mas um enunciado completo, realizado por uma única palavra (não há razão alguma de convertê-la numa oração)”. Isso, provavelmente, resumiria toda a ideia que se obteve a partir da análise do *corpus* desta pesquisa. Todavia, vale pensar como essa conclusão marca a seleção lexical no gênero discursivo capa de jornal.

Ao observar a seleção lexical para a confecção das capas analisadas, penso que tais palavras não estão dissociadas dos aspectos ideológicos e crenças de seus interlocutores. Não são tão somente palavras isoladas, mas remetem para bem enunciados maiores que uma leitura descompromissada possa revelar. Deve ser vista, portanto, como uma orientação para a estrutura social de circulação desse material.

Isso remete para o fato de que o trabalho de selecionar palavras a fim de construir um texto esteja diretamente relacionado com a realidade de seus interlocutores, ao como essa realidade é vista e vivenciada por eles. Além disso, esse procedimento permite revelar estruturas sociais de dominação que se valem dos discursos cotidianamente veiculados. Afinal, ideias, valores, verdades e ideologias não podem ser localizáveis na concretude da palavra, mas naquilo que, por ser exterior ao texto, é por ele ativado, como afirma Corado (2010, p. 67).

Assim, diante do contexto de uso, podemos pensar que os sentidos produzidos a partir da seleção de uma lista de substantivos, aparentemente isolados, se devem à noção de que não existe particularidade discursiva, isto é, o que está impresso não

retrata a ideologia tão somente do enunciador, o jornalista. Para Van Dijk (1997, p. 108), não há uma linguagem ‘privada’, assim como ideologias pessoais. Nesse sentido, o texto oferecido nas capas escolhidas para esse estudo é, como explica Corado (2010, p. 67), “um lugar de interação entre os sujeitos que, dialógica e mutuamente, constroem os seus discursos e são por eles construídos”.

Vale, portanto, considerar que os significados das unidades lexicais escolhidas para a construção de tais capas foram submetidos ao tema do discurso, ou seja, aos significados atribuídos a um fato, isto é, no caso deste estudo, a uma partida de futebol em que um dos times representa a nação brasileira. Por sinal, devemos destacar os aspectos relacionados ao contexto do evento.

Podemos dizer, assim, que, pelas circunstâncias em que ocorreu o “espetáculo” jogo de futebol, os sentidos produzidos na construção e apresentação das capas estudadas estejam mais próximos dos contextos de maior amplitude. Nesse caso, o jornalista não resumiu o texto apenas ao seu olhar sobre o fato, isto é, não restringiu o acontecimento aos espaços internos de produção do periódico. Mas, de modo contrário, parece assumir as muitas vozes de torcedores que, provavelmente, também tiveram as mesmas sensações após a derrota da seleção de futebol do Brasil para a Alemanha, pelo significativo e não muito comum placar de 7 a 1.

Não seriam quaisquer palavras para oferecer uma carga expressiva de significados. Foi preciso criar condições de leitura para que o leitor não somente absorvesse uma informação, mas também compartilhasse, sentisse-se como um coautor do texto. O que, provavelmente, contribuiu para isso foi a grande expectativa pelo título de campeã a ser conquistado pela seleção anfitriã da Copa do Mundo FIFA 2014, o Brasil. De modo que, a conquista estava associada glória, enquanto que ser derrotada em qualquer fase da competição, a vergonha, o vexame, a humilhação, o pesadelo, a tristeza e, entre outros, a dor.

Recorro a Foucault (1992, p. 45-46), ao afirmar que “O nome do autor não transita, como o nome próprio, do interior de um discurso para o indivíduo real e exterior que o produziu, mas [...] manifesta a instauração de certo conjunto de discursos [...] no interior de uma sociedade e de uma cultura”. Verdade é que a instauração do discurso oferecido pelo jornalista parece ter sido facilitada pelo amplo contexto do fato ocorrido.

Por fim, a análise do *corpus* me permitiu pensar que o que importa é transpor-se da linguagem interna de sua percepção para a linguagem externa da expressividade externa e entrelaçar-se por inteiro, sem resíduo, na textura plástico-pictural da vida, enquanto homem entre outros homens (BAKHTIN, 1997). Assim parece o trabalho autoral dessas capas, uma produção de sentidos a partir da seleção lexical de um grupo de substantivos num compartilhamento de ideias entre escritor e leitor.

Referências

- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal* / Mikhail Bakhtin [tradução feita a partir do francês por Maria Emsantina Galvão G. Pereira revisão da tradução Marina Appenzeller]. — 2. ed. — São Paulo Martins Fontes, 1997.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Dialogismo, Polifonia e Enunciação. In: BARROS, Diana Luz Pessoa de; FIORIN, José Luiz (Orgs.). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade*. 2. ed. 1a reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- BEAUGRANDE, R. A.; DRESSLER, W. U. *Introduction to text linguistics*. Londres: Longman, 1981.
- BRAIT, Beth. As vozes bakhtinianas e o diálogo inconcluso. In: BARROS, D.L.P. de; FIORIN, J. L. (Orgs.). *Dialogismo, Polifonia, Intertextualidade: Em torno de Bakhtin*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.
- BYSTRINA, I. *Tópicos de Semiótica da Cultura*. São Paulo: Cisc, 1995.
- CORADO, P. R. *Manchetes Jornalísticas: ideologia e argumentatividade*. Cabo Frio, RJ: UVA, 2007.
- CORADO, P. R. *Veja: ideologia e argumentatividade em revista*. Tese (Doutorado em Língua Portuguesa) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: 2010.
- FARACO, Carlos Alberto. *Linguagens & dialogismo: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin*. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.
- FIORIN, J. L. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.
- FOUCAULT, Michel. *O Que É um Autor?* Lisboa: Passagem, 1992.
- GUIMARÃES, L.. *A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da semiologia das cores*. São Paulo: Annablume, 2000.
- KOCH, I. G. V.. *O texto e a construção de sentidos*. São Paulo: Contexto, 2003.
- ORLANDI. Eni Puccinelli. Efeitos do verbal sobre o não verbal. In: MAGALHÃES, M. I. S. (Org.). *As múltiplas faces da linguagem*. Brasília: UnB, 1996.
- _____. Análise de discurso. In: ORLANDI, Eni Puccinelli e LAGAZZI-RODRIGUES, Suzy (orgs.). *Discurso e textualidade*. Campinas, SP: Pontes, 2006.
- _____. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP. Pontes Editores, 2010.
- SANTAELLA, L. *O que é semiótica*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SIMÕES, Darcília M. P. *Subsídios para Análise dos conteúdos textuais*. Material de aula. UERJ, 2004.

------. *Iconicidade verbal*. Teoria e prática. Edição online. Rio de Janeiro: Dialogarts. 2009. Disponível em <www.dialogarts.uerj.br>

THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VAL, M. G. C. Repensando a textualidade. In: AZEREDO, J. C. (org.). *Língua portuguesa em debate: conhecimento e ensino*. Petrópolis: Vozes, 2000.

VALENTE, André. *Neologia na mídia e na literatura: percursos linguístico-discursivos*. Rio de Janeiro: Quartet, 2011.

VALENTE, A. Argumentação e textualidade em crônicas jornalísticas. In: VALENTE, A.; PEREIRA, Maria Teresa G. (orgs.). *Língua Portuguesa: descrição e ensino*. São Paulo: Parábola Editorial, 2011.

VAN DIJK, Teun Adrianus. Semântica do discurso e ideologia. In: PEDRO, Emília Ribeiro. (org.) *Análise Crítica do Discurso*. Uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Editorial Caminho, 1997.