

**CORPO, VOZ E
DISCURSO NOS
GÊNEROS
MIDIÁTICOS:
LEITURAS
BAKHTINIANAS**



ORGS.
KÁTIA CILENE S. S. CONCEIÇÃO
JEAN MARCEL OLIVEIRA ARAÚJO

**Corpo, voz e discurso
nos gêneros midiáticos:
leituras bakhtinianas**



Pedro & João
editores

**Kátia Cilene S. S. Conceição
Jean Marcel Oliveira Araújo
(Organizadora e Organizador)**

**Corpo, voz e discurso
nos gêneros midiáticos:
leituras bakhtinianas**

Copyright © Autoras e autores

Todos os direitos garantidos. Qualquer parte desta obra pode ser reproduzida, transmitida ou arquivada desde que levados em conta os direitos das autoras e dos autores.

Kátia Cilene S. S. Conceição; Jean Marcel Oliveira Araújo [Orgs.]

Corpo, voz e discurso nos gêneros midiáticos: leituras bakhtinianas. São Carlos: Pedro & João Editores, 2024. 162p. 16 x 23 cm.

ISBN: 978-65-265-1087-2 [Impresso]

978-65-265-1088-9 [Digital]

1. NEPLLI-IFPR/Palmas. 2. Bakhtin. 3. Leitura. 4. Gêneros midiáticos. I. Título.

CDD – 410

Capa: Luidi Belga Ignacio

Desenho da capa: Rafael Schultz

Desenho da 4ª capa: Janaina Roncen

Ficha Catalográfica: Hélio Márcio Pajeú – CRB - 8-8828

Diagramação: Diany Akiko Lee

Editores: Pedro Amaro de Moura Brito & João Rodrigo de Moura Brito

Conselho Editorial da Pedro & João Editores:

Augusto Ponzio (Bari/Itália); João Wanderley Geraldi (Unicamp/Brasil); Hélio Márcio Pajeú (UFPE/Brasil); Maria Isabel de Moura (UFSCar/Brasil); Maria da Piedade Resende da Costa (UFSCar/Brasil); Valdemir Miotello (UFSCar/Brasil); Ana Cláudia Bortolozzi (UNESP/Bauru/Brasil); Mariangela Lima de Almeida (UFES/Brasil); José Kuiava (UNIOESTE/Brasil); Marisol Barenco de Mello (UFF/Brasil); Camila Caracelli Scherma (UFFS/Brasil); Luís Fernando Soares Zuin (USP/Brasil); Ana Patrícia da Silva (UERJ/Brasil).



Pedro & João Editores

www.pedroejoaoeditores.com.br

13568-878 – São Carlos – SP

2024

AGRADECIMENTOS

A gratidão, muito mais do que reconhecer como foi necessária e importante a contribuição de todos as pessoas que participaram desse projeto, é compreender um conceito fundamental para Bakhtin: que o outro nos forma, nos define, que não vivemos sem o outro, que é através do outro que nos vemos e a partir do outro que nos reconhecemos e nos valoramos. Desse modo, somos gratos a essas pessoas que mergulharam nesse diálogo bakhtiniano conosco, os citados e não citados, mas cujas palavras e presenças (vozes e corpos) foram fundamentais para nos orientar e nos trazer até onde chegamos. Agradecemos especialmente ao Instituto Federal do Paraná por nos garantir o suporte necessário para o desenvolvimento das atividades deste trabalho.

DEDICATÓRIA

Dedicamos este livro a quem nos ensinou o caminho do diálogo, da conversação despreziosa, mas sempre crítica, da inteligência sem arrogância, da busca incessante pelo conhecimento e transformação a partir das palavras. Com muito amor, ao sempre presente, Professor Luis Filipe Ribeiro (*In memoriam*), quem tivemos a honra de conhecer e com quem convivemos durante os quatro anos de doutorado na UFF (Universidade Federal Fluminense), amizade que cultivamos com muito apreço e que se mostrou recíproca por todas as suas participações nos nossos projetos sobre leitura e estudos bakhtinianos, nos encontros formais e informais, passeios para almoçar e tecer longas conversas sobre a vida e a arte, ambas suas grandes paixões. A ele agradecemos por todos os momentos alegres e de reflexão que nos proporcionou, de muita prosa e ensinamentos. Suas palavras reverberam em nós e nos demais para quem as compartilhamos. Professor Luis Filipe, saudades eternas!

Kátia e Jean

SUMÁRIO

PREFÁCIO	11
Jean Marcel Oliveira Araújo	
APRESENTAÇÃO	15
Sobre os dizeres neste livro A Pandemia da Covid-19 e suas reverberações no ensino, pesquisa e extensão - uma questão de alteridade	
Kátia Cilene S. S. Conceição	
RESUMOS	21
CAPÍTULO 1	25
<i>Plaquear</i> – Alteridade e responsividade em cartazes de pedintes na pandemia da Covid-19 - uma leitura do gênero reportagem	
Kátia Cilene Silva Santos Conceição	
CAPÍTULO 2	61
Entre a fake news e o fato no gênero notícia em jornais digitais: o uso jornalístico da palavra para persuadir o leitor	
Jean Marcel Oliveira Araújo	
CAPÍTULO 3	105
Guaraná Antártica: práticas discursivas do anúncio publicitário <i>Jingle Bell e Natal Rock</i>	
Diego Roberto da Silva Apulinário	

	CAPÍTULO 4	129
Vídeo-cartas no cronotopo pandêmico: uma questão de autoria e dialogismo		
Jéssica Paula Vescovi		
Katyuscia Sosnowski		
	CAPÍTULO 5	143
O gênero entrevista – Paulo Bezerra e as suas traduções de obras bakhtinianas: um encontro de mestres		
Kátia Cilene S. S. Conceição		
Jean Marcel Oliveira Araújo		
SOBRE A ORGANIZADORA E O ORGANIZADOR		159
SOBRE AS AUTORAS E OS AUTORES		161

PREFÁCIO

O Núcleo de Pesquisa e Ensino em Língua e Literatura (NEPLLI) do Instituto Federal do Paraná (IFPR/Campus Palmas) propôs, entre 21 de maio a 30 de julho de 2022, um ciclo de palestras para promover aprendizagens sobre análise do discurso na perspectiva teórica de Mikhail Bakhtin, filósofo russo que trata da análise dialógica do uso da palavra nas diferentes instâncias sociais. As palestras fizeram parte da programação do minicurso “Vozes e corpos: dialogismo e discurso midiático”.

Esse minicurso foi uma ação extensionista proposta pela coordenação do projeto NEPLLI à comunidade acadêmica do IFPR-Palmas e comunidade em geral, com o objetivo de estudar como alguns corpos e vozes são veiculados na mídia, fazendo uso de conceitos cunhados por Mikhail Bakhtin. Sua propositura e execução buscaram atender às exigências da Lei 9.394, de dezembro de 1996, que, ao estabelecer as diretrizes e bases da educação nacional, define, em seu artigo 43, que a educação superior deve “promover a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica geradas na instituição” (BRASIL, 1996).

Ações como essa promovida pelo NEPLLI criam condições favoráveis para uma relação entre a comunidade e a universidade. Para isso, a referida ação buscou possibilitar uma troca de conhecimentos. Dessa forma, o IFPR, através de um de seus núcleos, levou à comunidade local, regional e brasileira, o acesso a saberes desenvolvidos em seus espaços e em outros espaços universitários sobre conceitos teóricos de Mikhail Bakhtin (interpretação e compreensão, audibilidade, dialogismo, excedente de visão, relação interlocutiva, interação verbal, entre outros). Como contrapartida, foi solicitado aos participantes a produção de

discursos sobre gêneros midiáticos a partir da perspectiva bakhtiniana.

Participaram como palestrantes o Prof. Dr. Luis Filipe Ribeiro (UFF), tendo como convidado o Prof. Dr. Paulo Bezerra, a Prof^a. Dr^a. Jéssica Paula Vescovi e a Prof^a Dr^a Katyuscia Sosnowski (IFPR-Coronel Vivida), Prof^a. Me Alana Destri e a Prof. Me Maria Isabel Cabral. Se a palestra do Prof. Dr. Luis Filipe Ribeiro (UFF), enriquecida com a participação do Prof. Dr. Paulo Bezerra, forneceu o cabedal necessário para adentrarmos ao estudo da AD da vertente russa, as palestrantes dos demais encontros, Prof^a. Dr^a. Jéssica Paula Vescovi e a Prof^a Dr^a Katyuscia Sosnowski, Prof^a. Me Alana Destri e a Prof. Me Maria Isabel Cabral, propiciaram a visão prática dos estudos da análise dialógica do discurso, atualizando os conceitos de M. Bakhtin e estimulando o pensamento crítico dos participantes.

Os resultados foram produções sobre o discurso midiático. Produções que procuram dar conta de reportagens sobre a prática de uso de cartazes com mensagens produzidas por pedintes, estratégia que se intensificou durante a pandemia da COVID 19; sobre o fato noticiado e as manipulações para a criação de uma outra realidade, fazendo com que a notícia aproxime-se de uma *Fake News*; sobre a construção dos discursos presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” do Guaraná Antarctica; sobre o gênero discursivo vídeo-carta a partir de enunciados extraídos de uma atividade integrada entre os componentes de Língua Portuguesa e Artes, durante o período de atividades pedagógicas não presenciais ocasionadas pela Pandemia da Covid-19.

Para arrematar, os organizadores brindam o leitor com algumas informações que mostram como Mikhail Bakhtin e o tradutor de suas obras, Paulo Bezerra, apesar de não terem se encontrado pessoalmente, dialogam por meio da atividade de tradução. Procura-se mostrar como o tradutor esmera-se em manter esse diálogo, garantido ao leitor/pesquisador/estudioso da obra de Bakhtin segurança em relação aos conceitos cunhados pelo filósofo russo.

Logo, a ação desenvolvida pelo projeto de pesquisa (NEPLLI) do Campus Palma do IFPR promoveu um diálogo que buscou relacionar saberes, o científico e o dos participantes do minicurso, com vistas à produção de conhecimentos acerca do modo como corpos e vozes são veiculados na mídia. Esse conhecimento passa a ser compartilhado com você que se interessar pela leitura dos capítulos que compõem esse livro.

Jean Marcel Oliveira Araujo

APRESENTAÇÃO

SOBRE OS DIZERES NESTE LIVRO

A Pandemia da Covid-19 e suas reverberações no ensino, pesquisa e extensão - uma questão de alteridade

A pandemia da Covid 19, que já se anunciava no mundo, no ano que lhe nomeia, começou a nos afetar de maneira mais efetiva em março de 2020. Após as festas comemorativas do carnaval do referido ano, e da poeira assentada das alienações, descobrimos que o Brasil não ficaria imune ao que acontecia do outro lado do planeta. Como docente do Instituto Federal do Paraná, da cidade de Palmas, acompanhei algumas incertezas sobre o que nos aguardava enquanto Instituição de Educação: inicialmente, quinze dias de paralisação, em seguida um mês, até que fosse entendido que o tempo seria paradoxalmente uma das nossas maiores imprecisões.

Assim, entre atos normativos, adoção de trabalho remoto e adesão a ambientes de aprendizagem virtual, entre outras estratégias, nos lançávamos em um “novo normal” que mudaria radicalmente nossa maneira de interação com nossos estudantes, colegas de trabalho e gestores. Além disso, não seria apenas nossa vida profissional que tomaria rumos incertos, mas nossa vida pessoal, emocional, e todo tipo de vivência cotidiana, à qual estávamos habituados, nos afetando sobremaneira as interações por trás de telas digitais.

Nesse sentido, em rumos incertos, muitas foram as ações conjuntas, enquanto docentes, que nos disponibilizamos a realizar para nos aproximarmos de nossos estudantes e passarmos pela “crise” com o devido suporte para não perdermos de vista o trabalho educacional que nos cabe no ensino, pesquisa e extensão. Assim, seriam necessárias novas maneiras criativas para a superação do distanciamento e continuidade de atividades

diversas, inclusive de subsistência, o que me levou a observar as maneiras como pessoas que precisavam estar nas ruas, sem a mediação da tecnologia digital como proteção, lidavam com o perigo do contato próximo, além do uso da máscara, nossa peça de vestuário mais requisitada para tal interação

Entre as ações, lançando mão dos possíveis encontros síncronos, oficinas de leitura, oficinas de produção de textos ficcionais, aproveitando o tema ainda tão nebuloso, lives diversas, e, no caso específico do projeto que coordeno no IFPR, Campus Palmas, Núcleo de Pesquisa e Ensino de Língua e Literatura (NEPLLI), organizei um concurso literário, de escrita criativa mais especificamente, a partir da qual poderíamos conhecer as primeiras reações, mesmo que ficcionais, motivadas pelo convívio com a ameaça diária do vírus da Covid 19. Do concurso, derivaram dois livros, que organizei com a parceria do meu colega e amigo Jean Marcel. A partir deste trabalho, foram pensados muitos outros, que culminaram na proposta do material que entregamos agora.

O período pandêmico e de distanciamento social nos deixou esse hábito, dos encontros síncronos. E foi assim, que eu e o professor Jean, que apesar de residir na Bahia, enquanto eu resido no Paraná, não cessamos mais de trabalhar juntos e pensarmos projetos para continuarmos os estudos bakhtinianos que iniciamos no programa de doutorado, na Universidade Federal Fluminense (UFF), em 2009.

Assim, elaboramos uma proposta de estudo da análise do discurso dialógico de Bakhtin, compartilhada por encontros via Google Meet, um minicurso sobre Bakhtin, ofertado à comunidade acadêmica do IFPR-Palmas e comunidade em geral, com o objetivo de estudar como alguns corpos e vozes são veiculados na mídia. No período, foi lançado o edital com oferta de 50 vagas para os encontros quinzenais online para um minicurso sobre análise do discurso na perspectiva teórica de Mikhail Bakhtin, filósofo russo que trata da análise dialógica do discurso. Previamente, ao início das oficinas de leitura, foram disponibilizados os materiais de leitura que exploravam alguns conceitos dos gêneros discursivos,

como interpretação e compreensão, audibilidade, dialogismo, excedente de visão, relação interlocutiva, interação verbal, entre outros, trabalhados pelo autor e seu círculo bakhtiniano.

Para cada encontro, foram convidados pesquisadores e estudiosos de M. Bakhtin, que, por meio de palestras, apresentaram conceitos do autor, colocados em prática na análise de gêneros midiáticos nas horas posteriores à palestra pelos organizadores do minicurso. Assim, no ano de 2022, mesmo após o retorno presencial das atividades acadêmicas, ofertamos o seguinte cronograma de minicurso do projeto NEPLLI: Vozes e corpos: dialogismo e discurso midiático.

Data/ Horário	Convidado(a)	Palestra (título)	Leitura/ debate e análises
21/05/2022 14h às 17h Palestra de abertura	Prof. Dr. Luis Filipe Ribeiro (UFF)	As palavras têm realmente um significado?	“Enunciado e ideologia em tirinhas da personagem Rã Zinza no contexto pandêmico uma análise dialógica do discurso”
04/06 14h às 17h	Prof ^a . Dr ^a . Jéssica Paula Vescovi e Prof ^a Dr ^a Katyuscia Sosnowski (IFPR- Coronel Vivida)	Vídeo-Cartas no cronotopo pandêmico: uma questão de autoria e dialogismo	“Os sentidos da expressão “Quem lagra não lucra” em um filme publicitário do Burger King”
18/06 14h às 17h	Prof ^a . Me Alana Destri	Introdução à metodologia de	“Entre a invisibilidade, o branqueamento

		análise dialógica do discurso	discursivo e a hipersexualização: imagens de controle sobre o termo negro e o seu lugar na enunciação”
30/07 14h às 17h	Prof. Me Maria Isabel Cabral	Mulher negra na diáspora: identidade e escrevivência	“Uma análise dialógica do discurso sobre o trabalho docente no gênero meme” - P.62
13/08 14h às 17h	Encerramento	Debates acerca do artigo e encaminhamentos para produção de capítulos do livro.	Apresentação dos projetos de escrita e análise dialógica dos participantes

No minicurso, os participantes tiveram contato com leituras basilares sobre a análise do discurso da vertente russa e puderam ouvir pesquisadores da área que apresentaram seus estudos, bem como conhecimentos fundamentais sobre o tema. No primeiro encontro, além da palestra do professor Luis Filipe Ribeiro, que nos presenteou com sua presença e sua preciosa fala, tivemos a honra de receber um dos principais estudiosos de M. Bakhtin e tradutor de suas obras, (e tantas outras vertidas diretamente do russo), o professor Paulo Azevedo Bezerra. Foi um momento de grande aprendizado, pois ambos são especialistas nos estudos discursivos e têm vasto conhecimento e produção sobre M. Bakhtin, tanto na teoria, quanto na prática da análise do discurso.

Ademais dessas presenças, que forneceram o cabedal necessário para adentrarmos o estudo da AD da vertente russa, as palestrantes dos encontros seguintes propiciaram a visão prática

dos estudos da análise dialógica do discurso, atualizando os conceitos de M. Bakhtin e estimulando o pensamento crítico dos participantes. Com exercícios práticos de análise discursiva realizados pelos organizadores, ainda nos encontros, e com bases nas leituras prévias realizadas de uma diversidade de assuntos de análise discursiva de gêneros midiáticos, foi possível unir a teoria à prática, e possibilitar aos participantes o desenvolvimento de suas próprias leituras e análises para a realização das etapas seguintes da ação que tratou de reunir as produções tanto dos palestrantes, quanto de participantes do minicurso interessados em publicar neste livro. Por fim, como a metodologia se deu por encontros por videoconferência no Google Meet, com a transmissão de algumas palestras pelo canal do Youtube da Comunicação do IFPR/Palmas, o material também ficou disponível para consultas e os participantes podem retomar as reflexões dos palestrantes a qualquer tempo, cujas falas ficaram registradas e disponíveis no canal do Youtube do IFPR-Palmas também para o público.

Atividades como estas me mantêm conectada com a pesquisa, além de me possibilitarem compartilhar muitas nuances do que a teoria bakhtiniana do discurso nos provoca nas atividades de extensão que derivam da pesquisa, independente da área de conhecimento, o que muitas vezes a sala de aula de língua inglesa, onde atuo, não me possibilita. Além disso, refletir sobre a alteridade ao longo do período pandêmico, a partir da retomada das leituras da teoria de M. Bakhtin, foi outro momento também de grande aprendizagem propiciado pelos projetos propostos. Iniciava-se uma nova maneira de observar o mundo, isto é, de como interagíamos, limitados por um ser invisível que se interpunha nas nossas maneiras de comunicação e que era uma grande ameaça às nossas vidas e ao nosso bem-estar. O contato com o outro, que antes era primordial para a construção das relações dialógicas, passou a significar um perigo para a sobrevivência, e mesmo assim estamos aqui: sobrevivemos para contar algumas experiências e reflexões que vão ofertadas na organização deste livro, conforme resumo de seu conteúdo a seguir.

Que a leitura de nossos capítulos possa reavivar algumas memórias e aprendizados do período da pandemia do coronavírus, assim como produzir outros tantos diálogos que Bakhtin nos proporciona com seus conhecimentos.

Kátia Cilene S. S. Conceição

RESUMOS

CAPÍTULO 1

PLAQUEAR - ALTERIDADE E RESPONSABILIDADE EM CARTAZES DE PEDINTES DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: UMA LEITURA DO GÊNERO REPORTAGEM

Kátia Cilene Silva Santos Conceição

Resumo: Este capítulo apresenta e discute questões referentes à prática de uso de cartazes com mensagens produzidas por pedintes, estratégia que se intensificou durante a pandemia da COVID 19, e que se mantém mesmo após o arrefecimento desta. Para o estudo, tomamos como base os conceitos de alteridade e responsividade do filósofo russo, Mikhail Bakhtin, por entender que todo discurso é prenhe de resposta e relações dialógicas, base das interações entre sujeitos do discurso (BAKHTIN, 2016). Ao analisarmos as mensagens contidas nos cartazes de pedintes, publicados em reportagens que também abordam seus relatos acerca da necessidade de pedir ajuda utilizando esse recurso, buscamos problematizá-las, investigando os elementos verbo-visuais que organizam os enunciados produzidos, bem como os efeitos de sentido que revelam, entre outras, relações econômicas e políticas e uma multiplicidade de vozes sociais. A relevância do estudo se dá na medida em que buscamos extrapolar o mero estudo linguístico, desvinculado da prática social, o que descaracterizaria a relação dialógica da linguagem. Com essa metodologia de análise discursiva, visamos contribuir também para reflexões sobre o perigo de uma sociedade que tende a não ver, ouvir, sequer acolher, princípio da alteridade, mas tornar o outro abjeto, denunciando uma postura violentamente aporofóbica e que desconsidera as vulnerabilidades como um problema social.

Palavras-chave: pessoas em situação de rua; alteridade; responsividade; Bakhtin; Pandemia da Covid-19

CAPÍTULO 2

ENTRE A FAKE NEWS E O FATO NO GÊNERO NOTÍCIA EM JORNAIS DIGITAIS: O USO JORNALÍSTICO DA PALAVRA PARA PERSUADIR O LEITOR

Jean Marcel Oliveira Araújo

Resumo: Este capítulo aborda as informações sobre o fato noticiado e as manipulações para a criação de uma outra realidade, fazendo com que a notícia aproxime-se de uma *fake news*. O estudo mostra que tal interferência pode ocorrer desde o momento da escolha do fato a ser transformado em notícia, pondo em evidência a(s) forma(s) como a notícia é construída e enunciada. Nesse processo, para construção de notícias ou quaisquer outros discursos jornalísticos, os jornalistas lançam mão de um conjunto de estratégias, as quais são denominadas padrões de manipulação pela literatura. Diante disso, o capítulo analisa notícias publicadas na internet. Para tanto, o autor faz uso da estilística do gênero e da estilística sociológica, propostas por Mikhail Bakhtin (2015, p. 77), para quem, ao se analisar um enunciado, faz-se necessário revelar “o contexto social concreto do discurso que determina toda a sua estrutura estilística, a sua ‘forma’ e o seu ‘conteúdo’, e ademais determina não por fora mas de dentro”.

Palavras-chave: Fake News; Fato; Notícia; Bakhtin; Manipulação da informação.

CAPÍTULO 3

GUARANÁ ANTARCTICA: AS PRÁTICAS DISCURSIVAS DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO “JINGLE BELL E NATAL ROCK”

Diego Roberto da Silva Apulinario

Resumo: A pesquisa neste capítulo tem por objetivo refletir acerca da construção dos discursos presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” do Guaraná Antarctica que foi construído a partir de representações do que seria um Natal

tipicamente brasileiro. Como principal fundamentação teórica utilizamos a obra de Mikhail Bakhtin (2016) para falarmos acerca dos gêneros do discurso. Dessa forma, nos voltamos para os elementos que fazem parte da composição de um enunciado e refletimos sobre os efeitos de sentido provocados pelo anúncio em seu público alvo. Também, lançamos mão das teorias de Bezerril e Alves (2013) no que diz respeito à composição do gênero anúncio publicitário. Como metodologia de pesquisa utilizamos o estudo bibliográfico, em caráter de pesquisa qualitativa, com o intuito de contribuir com a produção científica de análise discursiva.

Palavras-chave: anúncio publicitário; Guaraná Antarctica; Natal brasileiro; gêneros do discurso; Bakhtin.

CAPÍTULO 4

VÍDEO-CARTAS NO CRONOTOPO PANDÊMICO: UMA QUESTÃO DE AUTORIA E DIALOGISMO

Jessica Paula Vescovi

Katycia Sosnowski

Resumo: Na intenção de contribuir com a discussão sobre os conceitos bakhtinianos de cronotopo, autoria e dialogismo, apresentamos neste capítulo uma análise sobre o gênero discursivo vídeo-carta. Para tanto, os enunciados destacados para nossa reflexão foram extraídos de uma atividade integrada entre os componentes de Língua Portuguesa e Artes, durante o período de atividades pedagógicas não presenciais ocasionadas pela Pandemia da Covid-19, realizada com estudantes de Ensino Médio do Instituto Federal do Paraná - Campus Coronel Vivida. À luz da perspectiva teórico/metodológica ético-estética bakhtiniana, a qual pressupõe uma escuta ética e responsiva, atentemo-nos às vídeo-cartas remetidas por estudantes de Coronel Vivida aos estudantes de Palmeira dos Índios, no estado de Alagoas. A partir das análises, é possível inferir que as vídeo-cartas possuem posições relativas de autoria não como uma propriedade de alguém ou de um grupo,

mas como uma posição de enunciação, ligada ao contexto em que foram proferidas.

Palavras-chave: dialogismo; cronotopo; vídeo-carta; pandemia.

CAPÍTULO 5

O GÊNERO ENTREVISTA – PAULO BEZERRA E A TRADUÇÃO DE OBRAS BAKHTINIANAS: UM ENCONTRO DE MESTRES

Kátia Cilene S. S. Conceição

Jean Marcel Oliveira Araújo

Resumo: Este capítulo apresenta algumas questões referentes à relação do tradutor Paulo Bezerra com as obras traduzidas de Mikhail Bakhtin e como ambos dialogam para além do trabalho tradutório. Apresentamos alguns elementos sobre as atualizações na tradução de Teoria do Romance e o que o tradutor pontuou em alguns trabalhos acerca delas. O objetivo do capítulo foi levantar algumas informações que mostrem como autor e o tradutor, apesar de não terem se encontrado pessoalmente, encontram-se e dialogam por meio da atividade de tradução, e como o tradutor esmera-se em manter esse diálogo, garantido que o leitor/pesquisador/estudioso da obra de Bakhtin possa confiar que está lidando com os conceitos pretendidos pelo autor.

Palavras-chave: tradução; Paulo Bezerra; Bakhtin; dialogismo; culturas.

CAPÍTULO 1

PLAQUEAR - ALTERIDADE E RESPONSABILIDADE EM CARTAZES DE PEDINTES DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Kátia Cilene Silva Santos Conceição

Quando contemplo no todo um homem situado fora de mim e diante de mim, nossos horizontes concretos efetivamente vivenciáveis não coincidem. Porque em qualquer situação ou proximidade que esse outro que contemplo possa estar em relação a mim, sempre verei e saberei algo que ele, da sua posição, fora e diante de mim, não pode ver: as partes de seu corpo inacessíveis ao seu próprio olhar - a cabeça, o rosto e a sua expressão -, o mundo atrás dele, toda uma série de objetos e de relações que, em função dessa ou daquela relação de reciprocidade entre nós, são acessíveis a mim e inacessíveis a ele (...) Esse *excedente* da minha visão, do meu conhecimento, da minha posse (...) é condicionado pela singularidade e pela insubstituibilidade do meu lugar no mundo: porque nesse momento e nesse lugar, em que sou o único a estar situado em dado conjunto de circunstâncias, todos os outros estão fora de mim.
(BAKHTIN, 2023, P. 67)

Este capítulo apresenta e discute questões referentes à prática de uso de cartazes com mensagens escritas por pedintes, estratégia que se intensificou durante a pandemia da COVID 19, e que se mantém mesmo após o arrefecimento desta. Para o estudo, tomamos como base os conceitos de alteridade e responsividade do filósofo russo, Mikhail Bakhtin, por entender que todo discurso é prenhe de resposta e relações dialógicas, base das interações entre

sujeitos do discurso (BAKHTIN, 2016). Ao analisarmos as mensagens contidas nos cartazes de pedintes, publicados em reportagens que também abordam seus relatos acerca da necessidade de pedir ajuda utilizando esse recurso, buscamos problematizá-las, investigando os elementos verbo-visuais que organizam os enunciados produzidos, bem como os efeitos de sentido que revelam, entre outras, relações econômicas e políticas e uma multiplicidade de vozes sociais. A partir da pesquisa, visualizamos sujeitos que muitas vezes não são encontrados sequer nos censos, mas que crescem em número nas esquinas das cidades, com necessidades e perfis diversos, denunciando um estado de coisas que se agrava à medida que seus direitos são negligenciados. A relevância do estudo se dá na medida em que buscamos extrapolar o mero estudo linguístico, desvinculado da prática social, o que descaracterizaria a relação dialógica da linguagem, e, principalmente, por contribuir para reflexões sobre o perigo de uma sociedade com fortes tendências a não ver, ouvir, sequer acolher, princípio da alteridade, mas tornar o outro abjeto, denunciando, em sua resposta, uma postura violentamente aporofóbica e que desconsidera as vulnerabilidades como um problema social.

De onde partimos e quem nos conduziu

Um membro de um grupo falante nunca encontra previamente a palavra como uma palavra neutra da língua, isenta das aspirações de outros ou despovoada das vozes de outros. Absolutamente. A palavra, ele a recebe da voz do outro e repleta de voz do outro. No contexto dele, a palavra deriva de outro contexto, é impregnada de elucidações de outros. (Bakhtin, 2008, p. 232).

Como esse estudo é fruto de outro estudo, isto é, da pesquisa sobre a análise dialógica do discurso, de Mikhail Bakhtin, as bases teóricas que lhe deram suporte derivam especialmente do círculo

de estudos bakhtinianos. Paulo Bezerra, nos ampara, enquanto não leitores de russo, nos possibilitando a leitura de suas traduções das obras de Bakhtin, diretamente do idioma de origem, nos permitindo ter acesso a teorias tão complexas. Beth Brait, nos orienta no sentido de prover os conceitos-chaves e debates fundamentais para pensarmos o discurso na perspectiva de Bakhtin. Além disso, para uma mirada crítica sobre as condições de vulnerabilidade apresentadas na reportagem analisada, pautadas na mercadoria, dinheiro e trabalho, buscamos o suporte das teorias de Karl Marx, para entender a relação entre capitalismo e a mendicância, bem como questões sobre desigualdade e contradições do sistema capitalista. Também utilizamos algumas reflexões de Althusser sobre ideologia e os aparelhos ideológicos do Estado, com fins a problematizar a retroalimentação do sistema que tende a manter certos estados de coisas na sociedade capitalista e seus discursos.

Já para as questões de análise, na escolha de um *corpus* que pudesse nos aproximar dos sujeitos da pesquisa em questão e de suas vozes, lançamos mão do gênero do discurso reportagem, selecionado a partir de enunciados de matérias jornalísticas sobre pessoas em situações de vulnerabilidade no período pandêmico da Covid-19.

O gênero reportagem se caracteriza por tratar da repercussão social de determinados acontecimentos. Segundo Lage (1987, p. 6), a reportagem “é um gênero jornalístico que consiste no levantamento de assuntos para contar uma história verdadeira, expor uma situação ou interpretar fatos”. Nesse sentido, o objetivo desse gênero não se restringe em informar à comunidade a ocorrência de um determinado fato, mas vai além, tentando buscar mais informações sobre as causas e os efeitos desse ocorrido. (Daniel, 2018, p. 10).

Sendo assim, o gênero reportagem, que parte da notícia enquanto gênero com fins a divulgar informações acerca de determinados fatos, nos permitiu ampliar o debate sobre o tema investigado, uma vez que faz uso de outros gêneros e estratégias

discursivas para sustentar uma argumentação. Entrevistas, relatos, imagens, estatísticas, pontos de vista, dados, leis, documentos, opiniões e fatos utilizados na abordagem, nesse caso, aos sujeitos pedintes que relatam suas problemáticas econômicas e sociais, especialmente no período da pandemia da Covid-19, associados ao tom de crítica social nos enunciados, revelam aspectos diversos dos discursos para além do fato jornalístico de noticiar uma situação ocorrida ou uma suposta vontade de neutralidade e imparcialidade de quem enuncia.

Sendo assim, ao lançarmos mãos desses suportes, o estudo dos enunciados selecionados consistiu em entender as estratégias utilizadas pelos sujeitos em situação de rua, ou mesmo de vulnerabilidade, para garantir o mínimo de doação dos transeuntes, motoristas ou pedestres. Ademais, nos coube analisar as reverberações dessas estratégias discursivas e seus efeitos nos interlocutores e destinatários presumidos, mobilizando uma alteridade e responsividade entre pedintes e transeuntes/doadores. Por conseguinte, consideramos que os dizeres orquestrados segundo a perspectiva de quem narra essas histórias, ou seja, os repórteres, são de extrema relevância para a condução dessas vozes relatadas, o ponto de partida delas, bem como seu ponto de chegada aos interlocutores.

Mensagens de pedintes escritas em cartazes: o gênero reportagem em jornais digitais

O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo. O gênero renasce e se renova em cada nova etapa da literatura e em cada obra individual de um dado gênero. Nisto consiste a vida do gênero. (...) O gênero vive do presente mas sempre recorda o seu passado e seu começo. É precisamente por isso que o gênero tem a capacidade de assegurar a unidade e a continuidade desse desenvolvimento. (BAKHTIN, 2008, P. 121)

Na proposta de estudo da análise do discurso dialógico de Bakhtin, elaborada para o minicurso sobre o autor, ofertado à comunidade acadêmica do IFPR-Palmas e comunidade em geral, objetivou-se estudar como alguns corpos e vozes sociais são veiculados na mídia. Justificamos a escolha, uma vez que o gênero midiático abriga toda uma variedade de gêneros discursivos e seus enunciados concretos, sendo um deles o gênero reportagem, presente numa série de portais e sites de jornais digitais. Como todo enunciado é endereçado e, portanto, composto por elementos constitutivos relativamente estáveis, e organizado a partir de relações interlocutivas desses endereçamentos, os enunciados da reportagem escolhida nos permitem acessar uma cadeia de eventos discursivos sobre os pedintes e suas estratégias de provocar resposta no outro, o doador.

Sendo o enunciado, também, o elo na cadeia de sentidos, respondendo e antecipando outros enunciados, analisamos, também, com quais perspectivas sociais dialogam as questões apontadas na reportagem sobre os sujeitos denominados por ela de pedintes, uma vez que as escolhas dos repórteres promovem entendimentos diversos acerca do conceito, mostrando que este não é fixo. Segundo Santos (2015, p. 45), dependendo do ângulo escolhido pelos jornalistas que narram as histórias, a compreensão delas pode variar. Nesse caso, o conceito de pedinte pode estar entre a ideia de aquisição de algo de maneira sociável e pacífica, diferentemente de roubar, tirar, furtar, por exemplo, mas também pode ser compreendido socialmente de diversas maneiras, gerando uma série de argumentos, desconfortos e polêmicas por quem desaprova o ato de pedir ou mendigar. Na leitura, essas divergências podem provocar numerosas discussões, sobre legalidade, liberdade, necessidade e direitos. Assim, na compreensão da reportagem, enquanto para alguns interlocutores pedir pode remeter a uma ação inofensiva, que convoca solidariedade e compaixão, aos modos do discurso cristão, para outros tantos pode ser um ato constrangedor, invasivo, violento,

ilegal e imoral, apelando ao discurso jurídico e que reivindicam medidas de ordem legal.

Para abordarmos a construção de sentidos e realizarmos nossa própria leitura dessas questões na reportagem selecionada, atentamos tanto para as especificidades do campo jornalístico e midiático, quanto para as especificidades dos gêneros do discurso de se adequar às necessidades de comunicação de seus usuários nesses determinados campos. Consideramos, assim, os estudos de Bakhtin, enfatizando os seguintes elementos constitutivos dos gêneros do discurso: tema, composição e estilo presentes nos enunciados relativamente estáveis que formam os gêneros primários e secundários do discurso. Por esse motivo, reforçamos a necessidade de avaliarmos que “ao analisarmos uma réplica devemos considerar a influência determinante do interlocutor e seu discurso, que se exprime na relação do próprio falante com o interlocutor e sua palavra.” (Bakhtin, 2016, p. 123) Desta forma, acatamos o alerta de Bakhtin/Volochinov (2014) de que é preciso entender como se apreendem questões sociais do discurso do outro que se manifestam nas formas da língua, bem como levar em conta a terceira pessoa do discurso, para quem se endereçam as apreensões, uma vez que ela orienta tanto os modos de apreensão do discurso quanto sua transmissão aos interlocutores.

Nesse sentido, no gênero reportagem apresentado a seguir, investigamos como os elementos nas formas da língua - verbo-visual - dos eventos discursivos analisados fazem funcionar sentidos sociais e culturais, entre outros, a partir da composição dos discursos dos pedintes entrevistados, segundo os narradores de seus relatos e a maneira como ambas as instâncias organizam seus discursos na perspectiva de seus interlocutores.

A reportagem, que passaremos a abordar a partir deste ponto, intitula-se *Reflexo da Pandemia, Vidros fechados: as histórias de quem pede ajuda em cartazes nos semáforos de Porto Alegre*. Foi publicada em 14 de setembro de 2020, no jornal digital GZH-Porto Alegre e assinada pelos repórteres Eduardo Paganella e Tiago Boff.

Quase sete meses depois de declarada oficialmente a pandemia no Brasil, esta reportagem traz ainda o seguinte *lead in*: *Trabalhadores perderam o emprego e foram às ruas em busca de uma nova oportunidade*. A oportunidade, no entanto, não se refere a outras vagas de emprego, mas à atividade de pedir ajuda nas ruas da cidade de Porto Alegre para sobreviver, atividade cuja conceituação os repórteres Eduardo e Tiago irão buscar no dicionário:

Um verbete ganhou novo significado nas ruas de Porto Alegre, nos últimos meses: *plaquear*. De acordo com o dicionário Aurélio, *plaqueamento* é “a colocação de placas orientadoras do trânsito”. No dicionário informal, escrito por quem caminha entre os veículos, *plaquear* define um modo de sobrevivência. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

O verbo é *plaquear*, o que a linguagem das ruas, da sobrevivência, irá transgredir do original *plaqueamento*. Enquanto *plaquear* significa identificar, por elementos de orientação e informações técnicas, para essas pessoas irá significar comunicar uma necessidade por meio de placas criadas por elas mesmas, muitas vezes, inclusive, simultaneamente ao ato de pedir, adequando-se ao suposto público doador, com fins a angariar recursos para sua subsistência. Além disso, “*plaquear*”, parece constituir para esse grupo social de usuários, fluidez no local da comunicação, respeitando o distanciamento social exigido no período pandêmico, mas com eficácia no diálogo com os passantes. Assim, *plaquear*, derivado mas ressignificação de *plaqueamento*, regula não o trânsito de carros e pedestres, mas a interação entre pedintes e seus possíveis colaboradores.

Para a reportagem, os autores selecionaram cinco entrevistas com homens em situação de rua. Antecedendo a cada apresentação há uma foto que destaca o entrevistado no local onde desenvolve essa atividade segurando sua placa à vista dos transeuntes. Na sequência das fotos, há os relatos dos entrevistados e as considerações dos repórteres/jornalistas.

Como é comum ao gênero, que visa dar veracidade aos fatos narrados, uma vez que, com cita Santos (2015, p. 44), a reportagem é texto resultante de uma série de atividades do profissional da notícia para transmitir fatos e informações. Os relatos são apresentados com discurso direto citado, marcando não apenas a observação ou descrição da situação dos pedintes em atividade com blocos de narração, mas a interação com eles em forma de diálogos .

— Eu “plaqueio” porque perdi emprego com carteira assinada e tive que vir para a sinaleira. Trouxe carteira (*de trabalho*), trouxe currículo, vim correr atrás de emprego. Já fui gerente, sabe, mas aqui, ao entrar no serviço, já viram a cara. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

No trecho, transcrito da entrevista realizada com os pedintes, se inicia a identificação da atividade, bem como de quem as realiza, que se distinguem de outros que também ocupam as ruas com o mesmo objetivo: pedir ajuda para sobreviver. Esses sujeitos são ex-trabalhadores de carteira assinada, com cargos inclusive de chefia. Apesar dos traços que os distinguem dos até então pedintes, ao ocuparem o mesmo espaço, assumem diante dos transeuntes, público doador, a mesma identidade, e, por consequência, recebem o mesmo tratamento dos demais: a indiferença e exclusão.

Dessa forma, nota-se que, nesta reportagem, o foco incidirá sobre sujeitos que não pertencem a esses espaços, mas que em tempos pandêmicos da Covid-19, foram lançados a essa nova realidade, situação possível de acontecer a qualquer indivíduo com situação financeira fragilizada, dada a precariedade das condições deixadas pela pandemia. Esse elemento, contido na apresentação dos repórteres, já nos remete a questões comuns ao conceito de alteridade, que discutiremos mais adiante.

O relato acima é de Maurício da Silva Schoeninger, 23 anos. Poderia ser o do Jeferson, da Luana, do Alissom e do Wagner. E de centenas de outros que, mesmo não vivendo em calçadas ou sob marquises, passaram a dividir o espaço das ruas com 2,6 mil pessoas, estimativa da população em situação de rua do último levantamento da

Fundação de Assistência Social e Cidadania (Fasc) da prefeitura. Realizado em janeiro, esse estudo não tem ainda os efeitos da pandemia. Para as equipes de abordagem social da Fasc, porém, a nova realidade é visível. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

A nova realidade citada pelos autores da reportagem é confirmada com o suporte do discurso dos setores públicos municipais que atendem às pessoas em vulnerabilidade daquela localidade, citado em discurso reportado, mas também em citação direta: “— Não víamos o fenômeno nas sinaleiras, com esse volume, há muito tempo em Porto Alegre.” (PAGANELLA; BOFF, 2020)., e evidenciam que o público das ruas não está mais restrito a mendigos e habituais pedintes dos semáforos. “É notório. São pessoas que não entram na nossa estatística porque não vivem na rua, mas fazem da rua a sua fonte de renda” (PAGANELLA; BOFF, 2020)., também afirma a reportagem, utilizando-se da voz da coordenadora de 12 equipes de abordagem às pessoas em situação de rua, Patrícia Mônaco, atribuindo ao coronavírus, a culpa pelo número de desemprego em Porto Alegre, pois de acordo com a reportagem:

As histórias por trás dos cartazes acrescentam incontáveis tons aos sinais vermelhos. E revelam que a pandemia de coronavírus ceifou o sustento de muitos trabalhadores. A taxa de desemprego no Rio Grande do Sul subiu de 8,3% para 9,4%, na comparação do primeiro trimestre de 2020 com o segundo, quando a covid-19 impôs restrições em quase todos os setores da economia. O Estado acumula 535 mil pessoas sem ocupação — 31 mil desempregados a mais no período comparado. Há, ainda, um indicador que quase dobra os números negativos: 520 mil gaúchos estão “fora da força de trabalho”, grupo que deixou de procurar uma vaga. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Esses índices, ocasionados pela pandemia do coronavírus, somados aos demais números de pessoas que já se encontravam em situação de rua, vão configurar um novo perfil de pedintes nas ruas e que, portanto, indicam a necessidade de se aprimorar as

estratégias para sensibilizar e mobilizar a população doadora, pessoas que ainda têm condições de financiar esses novos pedintes e que, talvez, anteriormente fossem também doadores, mas que agora dividem as ruas com os demais sem ocupação.

Na elaboração dessas estratégias, “a ideia se torna objeto de troca com o outro” (BAKHTIN, 2016, p. 133), princípio da alteridade e do dialogismo. Assim, a composição dos discursos dos pedintes estará visualizando a interação com seus interlocutores/doadores, definindo, dentro do possível, a melhor organização interna do enunciado, a partir da seleção de recursos linguísticos e estilísticos, no seu conteúdo, sua expressividade e relação com ouvinte/leitor, e com o discurso do outro, de modo a se aliar a ele e transformá-lo em parceiro do diálogo. (BAKHTIN 2016, p. 135)

Para retratar essa nova realidade, a reportagem vale-se das imagens dessa população que circula nos semáforos com placas e suas mensagens escritas nelas. A primeira, do arquivo fotográfico, é de Maurício, que, segundo a informação na reportagem, tem mulher e filhos em Lajeado, e que, depois de ser demitido da empresa onde trabalhou por dois anos, precisou se deslocar para a Capital do Rio Grande do Sul para pedir ajuda. Assim, alocado em um pequeno quarto de pensão, pelo qual pagava a quantia de quinze reais por dia, garantindo um local para dormir quando conseguia alguma ajuda no sinal, contava com o mesmo sistema de alimentação gratuita disponibilizado por voluntários aos demais pedintes.

Além dos porto-alegrenses, a Capital tem nas esquinas moradores de outras regiões, caso de Maurício. Nascido e criado em Lajeado, ele deixou a cidade natal após ser demitido de uma distribuidora. Os dois anos de experiência não foram suficientes para receber uma nova oportunidade no Vale do Taquari, e a saída foi migrar. Além dele, que recebia R\$ 2,5 mil por mês, outros seis foram demitidos em maio, na mesma empresa. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Na mala, além dos documentos apresentados sem sucesso aos setores de Recursos Humanos, vieram algumas roupas. O mais valioso, como define, ficou em Lajeado: a esposa e os três filhos, para quem envia o pouco que arrecada. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

— Família é tudo. Se não tem uma família, para que estar vivo? Por isso eu sigo batalhando — afirma.

Um quartinho alugado nas pequenas pensões da área central custa R\$ 15 por dia, e evita que ele durma ao relento. Almoço e café vêm da cortesia de voluntários. O cartaz, feito a partir de um recorte de lona de publicidade, informa a necessidade de pagar aluguel e tenta convencer os motoristas a baixarem os vidros: “Se Deus tocar no seu coração, me ajuda”, apela a faixa, por vezes ignorada. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Sua placa, exposta na foto, escrita em uma lona de cor preta, com letras destacadas em cor branca, relata sua situação precária: “estou desempregado e passo dificuldades/ tenho 3 filhos e moro de aluguel/ se Deus tocar no seu coração/ me ajuda”. O texto é escrito com letra cursiva, sem pontuação e no lugar da palavra “coração” há dois corações desenhados. Na foto, o jovem rapaz está de máscara e segura sua placa com ambas as mãos, levantando-a acima de sua cabeça, ao que parece, para chamar a atenção de quem passa de carro e ganhar mais visibilidade e receber alguma ajuda em dinheiro, o que, segundo a reportagem, nem sempre acontecia, obrigando o rapaz a se desfazer do pouco que ainda lhe restava para não perder o contato com a família.

No sinal da Avenida Osvaldo Aranha, ele logo desaparece da visão dos motoristas. O cruzamento permanece, por alguns minutos, sem placas de súplica. Correndo de volta do Túnel da Conceição, explica o sumiço repentino.

— Fui mandar um Whats para minha esposa, saber se eles estão bem. Eu estou sem telefone, vendi num dia que não tinha conseguido nada na sinaleira — resume. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

No trecho citado, também percebemos que os repórteres acompanharam de perto a atividade de Maurício, a ponto de sentirem sua falta, quando precisa se ausentar, ao que o rapaz explica, justificando ter ido entrar em contato com a família. A partir desse trecho, a reportagem, portanto, irá se concentrar nesse

perfil de novos pedintes, ou seja, famílias e não indivíduos isolados, mas pessoas que com suas famílias ou em nome delas se sujeitam a ir para ruas em busca de sustento. Além disso, será dado destaque ao fato de que essas pessoas, antes trabalhadores formais, perderam sua colocação no mercado de trabalho devido à pandemia Covid-19, e que, por isso, estão nessa situação de *plaquear*. Ademais, para conquistar a caridade do interlocutor, as mensagens escritas apelam para um discurso cristão de súplica, informado pela reportagem, demandando solidariedade, empatia, compaixão, endereçada aos transeuntes, e logicamente leitores das reportagens. Como afirma Bakhtin (2016, p. 147),

Ao falar do discurso do outro, não podemos deixar de ocupar alguma posição dialógica em relação a ele, concordar e discordar dele, assumir diante dele uma posição polêmica, irônica, apresentá-la como uma posição verdadeira, de autoridade duvidosa, etc.

Nesse sentido, o caráter dialógico que os repórteres vão assumir, nas apresentações dos relatos, é de parceiro do diálogo, não questionando a veracidade ou mesmo colocando em polêmica as necessidades e situações relatadas. Além disso, podemos entender que o foco da reportagem não é necessariamente a mendicância, mas sim as consequências sociais e econômicas geradas pela pandemia, bem como os meios encontrados pela população para atenuar seus efeitos.

Assim, na sequência da reportagem, são apresentados os títulos que narram histórias dos novos pedintes: *uma família inteira de pedintes; vendedor trocou balas por placas; fome/ração; e, vale mais que dinheiro*. As histórias enfatizam situações de pessoas que migraram de seus locais de origem para conseguir o sustento nos grandes centros, cada uma com sua estratégia definida para persuadir, seduzir e convencer seu interlocutor a lhe doar alguma ajuda para minimizar problemas emergenciais. A partir desse momento, na reportagem, podemos perceber como o público (motoristas)

interagem com esses sujeitos e suas dificuldades relatadas nos cartazes e como dialoga com a problemática social.

Fiorin (2016, p. 61), em seu estudo do pensamento bakhtiniano, nos lembra de que “O sujeito vai constituindo-se discursivamente apreendendo as vozes sociais que compõem a realidade em que está imerso, e, ao mesmo tempo, suas inter-relações dialógicas.” Portanto, esse fenômeno discursivo e social está presente na reportagem em questão, e, por se tratar de um gênero de composição de várias vozes, o sujeito dialógico do discurso apresentado na matéria, “não absorve apenas uma voz social, mas várias, que estão em relações diversas entre si.” (FIORIN, 2016). Sendo assim, na reação dos interlocutores, será possível visualizarmos que os discursos das esferas religiosa e capitalista, especialmente questões sobre conceito de trabalho, são os mais assimilados nas histórias apresentadas na reportagem, e nas reações a elas, como perceptível na fala de Maurício, e dos demais a seguir.

A história da família inteira de pedintes retrata a situação vivida por um casal e seus dois filhos. Sob a foto de meio corpo do pai, que carrega em um dos braços uma criança de colo, enquanto do outro pende de cabeça para baixo um cartaz, feito de um pedaço de papelão e escrito precariamente à mão livre, dizendo “armário vazio/fome/ajuda/Deus abençoe”, enquanto na sequência, o texto dos repórteres descreve a cena e dá os detalhes da rotina do jovem casal e seus filhos nas ruas da cidade.

Os motoristas que passam entre as avenidas Nilo Peçanha e João Wallig, na Zona Norte, são testemunhas da dificuldade de uma família: pai, mãe e dois filhos, de um e três anos, circulam em meio aos carros. No cartaz, um pedido de socorro feito por chefes de família para chefes da família.

Igor da Silva, 24 anos, passa ao lado das fileiras de veículos, enquanto Luana Rodrigues, 19, circula com o cartaz. O casal deixa diariamente a Vila Renascença, no bairro Cascata, Zona Sul, de ônibus até o ponto em busca de sustento. Ainda pela manhã, chegam ao Três Figueiras. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Com endereçamento específico, como é típico dos enunciados concretos, e como menciona a reportagem, o pedido é de socorro, que espera encontrar na responsividade de outros chefes de família, denominados como testemunhas das dificuldades de Igor com a jovem esposa e filhos ainda muito pequenos, um inclusive nascido na pandemia. O fato de estarem posicionados estrategicamente em frente a um shopping center facilita o contato com uma variedade de transeuntes, pedestres e motoristas. Além do comentário sobre o local privilegiado escolhido pelo casal para a tentativa de coleta, a reportagem destaca o fato de as crianças estarem expostas à situação de rua também, o que causa diferentes reações nos passantes, mesmo estando na companhia dos pais. Na fala de Luana, a mãe, é exposto pela primeira vez na reportagem também o perfil dos interlocutores.

— Eu venho para cá porque é mais solidário. Muita gente tem dinheiro, e ajuda. Ninguém sabe o que estamos passando. A necessidade fala mais alto. E tu ainda escuta desaforo, dizem que a gente está explorando a criança — lamenta Luana. Antes da pandemia, Igor trabalhava com bicos, realiza limpeza de pátio, serviços de poda e corte de vegetação. Com o alastramento do coronavírus, a oferta diminuiu e o semáforo tornou-se a única alternativa. — Agora não temos onde deixar as crianças, e a necessidade bate na nossa mesa — afirma. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

No verbo “lamentar”, utilizado para marcar a postura da mãe em relação aos julgamentos dos passantes por estarem com as crianças na rua, percebemos a apreensão ativa do discurso do outro, recriando de maneira intencional a enunciação, dando-lhe uma orientação particular (BAKHTIN, 2014, P. 164) e, portanto, traçando um perfil daqueles que interagem com os pedintes, a partir das atitudes denunciadas por Luana. Todavia, no conjunto de ações relatadas pelos repórteres sobre outros doadores com quem também conversaram, a ambiguidade é plantada no discurso sobre esse mesmo perfil e sobre a denúncia de Luana, já que são relatadas duas sequências de doações generosas.

Em meio à conversa com a reportagem, o casal é surpreendido por uma grata colaboração: um motorista doa R\$ 50. Logo depois, uma mulher se aproxima da mãe e oferece uma sacola: são dois ursos de pelúcia para os meninos. A doadora é a pedagoga empresarial Dulce Ramos, 51 anos, moradora do bairro Boa Vista.

— Sempre passo aqui e vejo eles. Eles não têm nada. Eu tenho duas filhas que já cresceram. Aí fui lá catar algumas coisas e trouxe os ursos — explica, enquanto observa a alegria das crianças que agora brincam com os presentes. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

A réplica ao discurso de Luana, que vem em seguida à sua queixa sobre os desaforos que ouvem nas ruas, enquanto o casal pede ajuda, revela o posicionamento dos autores da reportagem na busca de retratar nos discursos citados dos doadores, outros ângulos da situação. Essas vozes inseridas nos relatos, demonstram que no bairro rico também há solidariedade, e que, portanto, a estratégia mencionada por Luana, “— Eu venho para cá porque é mais solidário. Muita gente tem dinheiro, e ajuda.”, funciona, conclusão que dialoga com os relatos dos repórteres sobre a grata colaboração de R\$ 50,00, feita pelo motorista, bem como a doação dos ursos de pelúcia, feita pela pedagoga, demonstrando alteridade e responsividade em relação às dificuldades desta família de pedintes.

Como nos ensina Bakhtin (2016), todo enunciado minimamente responsivo, orienta-se minimamente entre os enunciados alheios, levando em conta a resposta subsequente, promovendo acordo, objeção, dúvida etc, antecipando e respondendo outros enunciados. Nessa construção, os autores da reportagem assumem também certa parcela da voz dos solidários doadores, se interpondo na palavra do outro e dando pontos de vista diferentes sobre o mesmo objeto, mas outros também que se aliam ao enunciado anterior.

Na história de Alissom, vendedor que trocou balas por placa, é inserida uma outra voz, a do motorista de aplicativo de 56 anos

que observou o fenômeno do aumento no número de pessoas em atividades informais nos cruzamentos de Porto Alegre.

A percepção de que há mais pessoas nos sinais é corroborada por quem atravessa Porto Alegre de carro diariamente. O motorista de transporte por aplicativos Edison Luis Beauvalet, 56 anos, observa o fenômeno nos cruzamentos da área central.

— Tem muita gente pedindo emprego por cartaz, nas esquinas. Ou pedindo ajuda, dinheiro, e tem até mais gente vendendo bala — afirma.

Vendedor até março, o medo do contato pelo vidro do automóvel espantou os clientes de Alissom Mateus Barbosa da Silva, e exigiu mudanças. Aos 25 anos, ele vendia doces em Canoas, onde vive ao lado da mulher e dos dois filhos. Desde o início da pandemia, viu a renda minguar e trocou as balas por uma placa. Percorre um ponto estratégico, logo após a entrada da Capital, na Rua Sarmento Leite. Sem sucesso. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Também se insere um fato novo: a justificativa para que mesmo o vendedor de balas no semáforo tenha sua atividade alterada pela pandemia, já que os motoristas não se arriscavam a abrir as janelas dos seus automóveis.

— Eu não plaqueava, até porque não gosto de pedir. Mas do jeito que o coronavírus espantou as pessoas, eu desanimei. Só que está ruim de qualquer jeito — justifica. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Todavia, assim como os relatos anteriores, o de Alissom revela que já havia trabalhado formalmente, e que se encontrava em situação de pedinte para garantir a subsistência de sua família, esposa (também desempregada) e filhos, pagar aluguel e viver com o mínimo de dignidade. Seu discurso reforça também o perfil de seus interlocutores e para tentar manter um mínimo de responsividade, apesar do pouco domínio da linguagem escrita, utiliza-se de outros recursos para isso, conforme destacam os autores da reportagem.

O canoense utiliza frente e verso do cartaz. Como se montasse um quadro de colagens, incluiu ainda uma foto com o filho mais novo, de um ano e nove meses. Frases com distintos estilos de escrita entregam que o trabalho foi feito a várias mãos. “Fé”, “obrigado” e “Deus” são a base de um lado. No outro, ele remete à contaminação sofrida: “o corona não me pegou, mas a despesa da família me pegou”.

No currículo, informa ter atuado como auxiliar de produção, em supermercado e na construção civil — esse último, o trabalho favorito. Na rua, acumula decepções com o tratamento recebido. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

A estratégia de Alissom de aproximação de seus interlocutores não se revela somente na combinação de elementos verbo-visuais de seu cartaz, mas também na linguagem apelativa que recorre ainda à caridade cristã. Além disso, revela, nos recursos utilizados, saber a importância de garantir ao doador em potencial que não é transmissor do vírus da covid, mas que a pandemia até o momento afetou suas finanças, não sua saúde. Para um trabalhador que perdeu sua atividade principal por não poder ter acesso ao seu cliente, mas precisa garantir a subsistência de sua família, *plaquear* se revela em seu discurso a melhor forma de atender às suas urgências.

— Bah, ouço um monte de coisa. Uma discriminação sem explicação, xingamentos. Eu estou aqui para sustentar a casa, levar o que comer — diz.

Os gastos mensais giram em torno de R\$ 800, entre aluguel, água e luz. A esposa, desempregada, cuida dos meninos em casa. Sem direito a escolha, o jovem formula discurso uníssono ao dos companheiros:

— Pego qualquer coisa que dê um dinheiro no fim do mês. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Todavia, *plaquear* também não era garantia de reconhecimento da necessidade de sobrevivência, uma vez que, apesar de toda a estratégia discursiva para explicar sua situação e mobilizar a alteridade no outro, como é destacado pelos repórteres, seu

interlocutor ainda se mantém distante e transforma seu único recurso de subsistência em objeto de exclusão. A exclamação do rapaz demonstra sua indignação com a intolerância de seus interlocutores e a incompreensão de seus motivos. O rapaz de 25 anos que diz já ter trabalhado em supermercado e construção civil, é destacado na foto de costas, vestindo camiseta, calça jeans e calçando tênis, com sua placa levantada com os braços para o alto, transitando no meio da faixa dos carros. Além da indignação, a reportagem destaca a decepção dele com os insultos gratuitos e falta de empatia.

Na história sobre *fome/ração*, já se percebe o tipo de família que será abordada.

Padeiro e com residência fixa até o início da pandemia, Wagner vive hoje junto aos taludes do Arroio Dilúvio. Ex-morador do bairro Martinica, em Viamão, perdeu o emprego e não teve como seguir pagando os R\$450 do aluguel. Sem benefícios do governo, ou ajuda de amigos e parentes, caminhou desde a Região Metropolitana até Porto Alegre. Ao procurar um albergue, deparou-se com um impeditivo, para ele inaceitável: a proibição de viver com os animais no espaço de acolhimento. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

No caso dessa tipologia familiar, as possibilidades parecem mais limitadas ainda, uma vez que nem mesmo recorrer ao sistema de apoio à pessoa em vulnerabilidade é possível sem ter que abandonar os companheiros caninos.

Padre Júlio Lancellotti, pedagogo, frequentemente reporta essas situações de exclusão, especialmente quando a dignidade das pessoas é exposta aos seus limites, tirando-lhes o direito ao afeto e companheirismo, muitas vezes das únicas referências que se tem de família e amizades, prioridades deste trabalhador.

Ele perdeu o emprego, teve que deixar a casa, e até se mudar de cidade. Mesmo assim, Wagner Oliveira Cardoso, 31 anos, não deixou seus fiéis escudeiros de lado, os cachorros Negão e Laica. No cartaz,

o resumo do pedido de ajuda: "Fome e Ração" — o homem afirma querer, mais que dinheiro, alimentos para si e para os animais.

Padeiro e com residência fixa até o início da pandemia, Wagner vive hoje junto aos taludes do Arroio Dilúvio. Ex-morador do bairro Martinica, em Viamão, perdeu o emprego e não teve como seguir pagando os R\$450 do aluguel. Sem benefícios do governo, ou ajuda de amigos e parentes, caminhou desde a Região Metropolitana até Porto Alegre. Ao procurar um albergue, deparou-se com um impeditivo, para ele inaceitável: a proibição de viver com os animais no espaço de acolhimento.

— Já que os albergues não aceitam cachorro, fico na rua. Mas roubar eu não roubo, não dá para se entregar para as coisas erradas — diz.

A atual situação é enfrentada desde maio, quando a padaria na qual trabalhava fechou as portas, e não reabriu.

— Eu comecei a ver a plaquinha dos outros. Só que as deles têm muita coisa escrita. Pensei: se eu fosse motorista, não teria muito tempo para ler. Fome é a situação que eu estou, e ração é para os cães — explica, enquanto segura as coleiras de Laica e Negão. Quando o sinal fecha ao trânsito, a esperança de conseguir ajuda se renova. E mesmo muito distante da realidade passada, demonstra não esmorecer. — Meu sonho é, em breve, conseguir um serviço. Agora, meu estômago está roncando. Mas não vou baixar a cabeça. Tem que ser forte, ser firme e acreditar, pra voltar a ter minha casa — finaliza, confiante. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Wagner usa o princípio da alteridade para criar sua própria estratégia de chamar a atenção para sua urgente necessidade, se alimentar e alimentar seus cães. Na foto escolhida para ele, Wagner apresenta-se com os dois cachorros presos com guias à sua cintura, enquanto de máscara ergue seu cartaz com a breve informação: fome/ração. Sua estratégia leva também em consideração o tempo para a leitura de sua solicitação, usando palavras chaves combinadas com os elementos visuais, que podem lhe garantir mais sucesso. Enquanto resolve o seu problema urgente, os sonhos ficam para depois, porque de barriga vazia não dá para idealizar o mundo, embora demonstre ser esta a única saída que encontrou no

momento para superar as dificuldades que a pandemia trouxe para ele: contar incansavelmente com a solidariedade do outro.

O último relato da reportagem é sobre Jeferson que:

Enquanto uma mão segura o pedaço de papelão, a outra sinaliza o pedido por comida. É desse jeito que Jeferson Pereira da Silva, 32 anos, anuncia a condição de pessoa em situação de rua — ele vive em uma barraca, montada no Largo Telmo Thompson Flores, sob o Viaduto Dom Pedro I, bairro Praia de Belas.

— Estava trabalhando e “limpo” antes da pandemia. Veio tudo, perdi trabalho e tive uma recaída — reconhece.

Logo que ficou desempregado, o homem que agora tem na placa sua única renda tentou sustento com materiais reciclados. A concorrência e a redução no movimento da região, ocasionada pela suspensão de inúmeras atividades, o fizeram desistir.

O retângulo usado como apelo por auxílio foi desenhado por um dos “vizinhos” que compartilham o espaço debaixo da ponte. Além de Jeferson, outras três pessoas ergueram morada no local, na Zona Sul. “Vc me ajuda a comprar alimento” é acompanhado de um “obrigado”, mesmo que o pedido escrito no cartaz não seja atendido.

— Aprendi a ter paciência com quem não me dá atenção. Não vale a pena se estressar por esses, que me chamam de chinelo, de vagabundo, de ladrão. Esse tipo de pessoa não tem felicidade, só pode — define.

O calejado pedinte evita generalizar os condutores que circulam pela região, apreciada tanto residencial quanto comercialmente. E valoriza gestos que não custam qualquer centavo.

— Um bom dia ou uma boa tarde valem mais que dinheiro — e agradece à reportagem. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Na citação, os repórteres relatam o caso de Jeferson, que na foto aparece com sua placa feita com pedaço de papelão e mensagens escritas, aparentemente, com moldes de letras vazadas. Segundo a reportagem, Jeferson teve a ajuda de seus vizinhos, para a composição de seu pedido de ajuda. Na placa, contém o que seria uma pergunta: “VC me ajuda a comprar alimento”, mas o ponto de interrogação não

acompanha a frase e sim a palavra “obrigado”, já antecipando a responsividade, ou seja, resposta positiva de algum transeunte.

Por já ter tentado várias outras formas de sobrevivência nas ruas, segundo o que informa a reportagem, e por ter “recaído”, após as dificuldades impostas pela pandemia, no seu relato, Jeferson parece resiliente e compreensivo em relação aos que não se comovem com sua situação e das demais pessoas, que da mesma forma que ele tem como moradia, nesse momento, uma barraca sob a ponte.

Sua última fala, em destaque pelos repórteres ao final da reportagem, “— Um bom dia ou uma boa tarde valem mais que dinheiro —”, há uma sinalização para o fato de que os pedintes talvez queiram mais do que esmolas. Há indícios no seu enunciado do desejo por interação e por não ser ignorado devido a sua condição e, principalmente, vontade de compreensão da situação emergencial e precária, não como “vagabundagem”, malandragem ou mesmo opção. Assim como Alissom cita o constrangimento pela discriminação que sofre nas ruas, Jeferson também se ressentido pela criminalização e descaso sofridos diariamente.

Por fim, na fala de Jeferson, é possível perceber o comportamento de seus interlocutores, de desprezo por sua condição, o que reflete também seu desejo de ser visto e reconhecido na sua humanidade, com o direito de minimamente interagir com os demais sem ser desrespeitado, como reivindica no seu discurso reportado. Seu posicionamento indica que se não há alimento para o estômago, não ser humilhado lhe restituiria a dignidade de ser humano, o que para ele, “vale mais que dinheiro”.

Assim se dá, na nossa leitura, a apresentação dos corpos e vozes de pedintes nas ruas da cidade de Porto Alegre na reportagem estudada e que se valem de uma série de estratégias para solicitar ajuda, com destaque na atividade de *plaquear*. Podemos notar que algumas dessas placas são bem elaboradas, (ver fotos na reportagem) com materiais, letras, cores e apelos visuais, conforme padrões de gêneros secundários. Outras, porém, percebe-se que são criadas ao calor dos encontros e situações momentâneas, ajustando-se às necessidades, locais e interlocutores imediatos,

característica típica dos gêneros primários e de sua intenção responsiva mais espontânea e livre.

A composição dos discursos no gênero reportagem

O discurso citado é visto pelo falante como a enunciação de uma *outra* pessoa, completamente independente na origem, dotada de uma construção completa, e situada fora do contexto narrativo. É a partir dessa existência autônoma que o discurso de outrem passa para o contexto narrativo, conservando o seu conteúdo e ao menos rudimentos de sua integridade linguística e da sua autonomia estrutural primitivas. A enunciação do narrador, tendo integrado na sua composição uma outra enunciação, elabora regras sintáticas, estilísticas e composicionais para assimilá-la parcialmente, para associá-la à sua própria unidade sintática, estilística e composicional, embora conservando, pelo menos sob uma forma rudimentar, a autonomia primitiva do discurso de outrem, sem o que ele não poderia ser completamente apreendido.

(BAKHTIN, 2014, p. 150-151)

De maneira geral, observa-se que o sujeito em vulnerabilidade social, na figura do pedinte, pode ser apresentado de diversas maneiras, como por exemplo, invisível para a sociedade, embora faça parte do sistema, certamente pagando seus impostos e contribuindo para seu funcionamento; ou ainda totalmente à parte do sistema, vivendo sob pontes, o que retrata ainda, na sua situação de vulnerabilidade, muitas nuances da exclusão social.

Sobre a maneira como os discursos a respeito desses sujeitos são compostos na reportagem em questão, primeiramente, cabe dizer que os autores da matéria optaram por abordar questões referentes aos pedintes do período pandêmico da Covid-19. Assim, a reportagem não engloba os pedintes já existentes no sistema, mas apenas pessoas que se tornaram pedintes em

decorrência da pandemia. Mais ainda, as pessoas entrevistadas eram trabalhadores, cujas vidas foram radicalmente transformadas por todos os impactos que as restrições impostas pelo coronavírus significaram para populações que não tinham a opção de trabalho remoto, por exemplo, entre outras peculiaridades relatadas pelos ex-trabalhadores e atuais pedintes. E, ainda, muito relevante, são pedintes que optaram por *plaquear*, como meio de abordagem aos seus interlocutores, possíveis doadores. No que tange ao gênero,

Uma boa reportagem envolve investigação, seleção das melhores fontes, leitura de documentos, conversa com os diferentes protagonistas ou personagens envolvidos na história e exige que se capte o ambiente onde ocorrem ou ocorreram os acontecimentos. Acima de qualquer outro componente, deve começar de um modo que prenda a atenção do leitor, já que ele é o destinatário imediato da reportagem (SANTOS, 2015, p. 45).

A reportagem, todavia, segundo esta mesma fonte, ainda tem o compromisso de aprofundar a discussão levantada, observando suas raízes e desdobramentos (SANTOS, p. 45). Todavia, na reportagem estudada, é possível dizer que não houve, por parte dos autores, uma abordagem de prática social no sentido de polemizar, denunciar ou propor soluções para a problemática das populações em situação de rua, mas apenas fazer um panorama das situações pelas quais passavam as pessoas entrevistadas a partir dos relatos de suas histórias de vida impactadas pela Covid. Também, pelo menos no que tange às questões de intervenção, não houve uma mobilização no sentido de propor, ou sugerir encaminhamentos aos fatos verificados no decorrer da matéria. Dessa forma, a reportagem apresenta-se com uma mirada, à distância, sem grandes pretensões de envolvimento com esses sujeitos que lhe cedem suas histórias, recontadas sem uma tomada de posição mais específica, com o objetivo apenas de ouvir e relatar os fatos apurados da notícia em foco.

O discurso citado, utilizado para a reportagem, como por exemplo no uso das aspas no “palqueio”, dos parênteses, para explicar o tipo de carteira que Maurício, o primeiro entrevistado, menciona, interage com os depoimentos dados e demonstra que ao ser transmitido o discurso do outro os autores/narradores optaram por mesclar o seu dizer ao dizer do outro. Nesse mesclar, como terceiros do discurso, como interlocutores, não temos a garantia da fidelidade da fala reportada do discurso citado e nem a certeza de que os estilos produzidos correspondem à expressão linguística dos entrevistados, delimitando as identidades, ou mesmo se o trecho em destaque foi dito com os mesmos tons, apesar de o travessão indicar o discurso direto, marcando a presença das vozes narradas. Como destaca Bakhtin/Volochínov, nos próprios discursos escritos ou orais já é possível verificar a presença das vozes sociais, uma vez que “numa sociedade de classes, o ciclo das diferenças estilístico-funcionais do discurso se cruza com as diferenças de caráter sociodialetal.” (BAKHTIN, 2016, p. 126). Essas diferenças e locais sociais são desvelados nos enunciados dos sujeitos do discurso, marcando as posições-sujeitos, nesse caso, os pedintes e seus relatos, mas intermediado pela voz do jornalista que complementa, explica e interpreta seus dizeres. Tais procedimentos antecipam as relações interlocutivas a essas vozes, bem como respondem por elas no ato responsivo de um discurso convergente e homogêneo.

Assim, considerando a maneira como Beth Brait (2012, p. 6, 9) explica a ideia central do conceito de outro, em Bakhtin, pautado na linguagem como condição humana constitutiva, bem como na interdiscursividade que atravessa o sujeito e impede a homogeneidade, não conseguimos afirmar se o *eu* apresentado pelos autores da reportagem “trata-se do outro discursivo, ideológico e interacional”, com sua voz, no aprofundamento exigido para o que se denomina o gênero reportagem, ou se as considerações ao tema partem de uma dublagem dessa posição-sujeito, ou seja, da pessoa em situação de rua no período pandêmico da Covid-19. Todavia, entendemos que a reportagem

apresenta um sujeito em diálogo com outro já presente na memória dos leitores, e que se manifesta na reportagem organizado numa cadeia hierárquica, permitindo uma associação entre ambas as imagens de pedintes, marcando suas diferenças, uma vez que esses, apesar de condição semelhante, são outros na perspectiva dos jornalistas, devido às necessidades e justificativas para a condição em que se encontrem. Desta forma, apesar de não termos na reportagem a voz explícita de outros pedintes, com suas razões para estarem em situação de vulnerabilidade, a argumentação da autoria nos leva a entender que os pedintes relatados na reportagem estão em graus sociais diferentes dos já conhecidos sujeitos em situação de rua, e portanto, convocam o leitor/interlocutor a pensar sobre uma saída para a situação específica discutida na reportagem, mas não nas demais já existentes pré-pandemia.

Embora o estilo dos autores imprima certa tentativa de imparcialidade nos apresentação dos relatos, os discursos não deixam de expressar uma perspectiva valorativa sobre assunto tão premente e grave na nossa sociedade, O tema da pessoa em situação de rua e vulnerabilidade econômica e social ganha destaque na reportagem apenas por se tratar de cidadãos que supostamente não deveriam estar naquela condição relatada, dando exclusividade ao lugar social denunciado para outros. Assim, a neutralidade e prática social pretendidos ao gênero se contradizem.

À perspectiva de Althusser, a mídia funciona como aparelho Ideológico do Estado, portanto, devemos acessar seus gêneros com todas as ressalvas e cautelas, ao que o próprio autor nos orienta:

Será útil referir que esta determinação do duplo «funcionamento» (de maneira prevalente, de maneira secundária) pela repressão e pela ideologia, consoante se trata do Aparelho (repressivo) de Estado ou dos Aparelhos Ideológicos de Estado, permite compreender o facto de constantemente se tecerem combinações muito *suctis*, explícitas ou tácitas entre o jogo do Aparelho (repressivo) do Estado e o jogo dos Aparelhos Ideológicos de Estado. A vida quotidiana oferece-nos

inúmeros exemplos disto que é preciso estudar em pormenor para irmos mais além da simples observação. (ALTHUSSER, p.47-48)

Sendo, segundo Althusser, todo aparelho ideológico também, em certa medida repressivo, é preciso considerar de que pontos de vista os autores propõem os diálogos apresentados na sua reportagem, e que ideologias fazem funcionar na maneira como escolheram reportar sua matéria. Embora aparentemente imparcial, sem juízo de valor das contradições sociais existentes nas situações apresentadas, seu estilo de composição de solidariedade com aquela situação específica evidencia que neutralidade discursiva não existe, e que mesmo não querendo se posicionar de forma explícita em relação a outras razões para se estar em condição de rua, entendemos, nessa perspectiva discursiva, que existem razões que merecem mais consideração do que outras. O sistema valorativo já se faz perceptível.

Cabe reforçar ainda que a reportagem de Eduardo Paganella e de Tiago Boff, desde o início dos relatos, trata os pedintes entrevistados de forma diferenciada. Estes são caracterizados já no título da reportagem como *Trabalhadores que perderam o emprego e foram às ruas em busca de uma nova oportunidade*, e tudo isso por conta dos reflexos da pandemia. Se estas pessoas estão nas ruas porque perderam seus empregos, nos cabe pensar sobre quais seriam as razões das 2,6 mil outras pessoas citadas na reportagem. A seleção do público entrevistado e seus motivos nos levam a refletir sobre o que este novo contingente tem de diferente dos demais já existentes. Ademais, com quais sistemas de apoio contariam, é algo a se questionar, já que, como afirma Patrícia Mônaco, os membros deste novo grupo sequer entram na estatística “porque não vivem na rua, mas fazem da rua a sua fonte de renda.” Mais preocupante seria pensar nas informações dadas sobre o suporte de atendimento aos quais teriam acesso, uma vez que, apesar de existentes, ainda há números altíssimos de pessoas em situação de rua e em vulnerabilidade, com famílias inteiras, jovens, idosos, crianças, e (sem deixar de mencionar) seus animais de estimação, sem apoio e

sem resoluções para as precariedades em que se encontram no seu dia a dia, como um problema exclusivamente seu.

Após a história de Jeferson, que é mais curta do que as dos demais entrevistados, a reportagem é encerrada, com informações adicionais sobre serviços prestados pela Fasc, disponíveis às pessoas em situação de rua ou em vulnerabilidade.

A Fasc conta com cerca de 600 servidores atuando junto às 12 equipes de rua. Além de conversar com as pessoas em situação de vulnerabilidade, elas oferecem abrigo gratuito, inclusive para os casos relatados na reportagem. Foram distribuídos, ainda, 320 auxílios moradia durante a pandemia, segundo a prefeitura. 495 vagas em abrigos; 100 vagas em albergues; 280 vagas para higienização e alimentação nos Centro POP 1 e 2; 260 locais para banho e retirada de marmitas, em sete regiões do município; 700 refeições distribuídas, diariamente, pelo programa Prato Alegre: 100 na Cruzeiro, 100 na Restinga, 100 na Lomba do Pinheiro e 400 no Centro. (PAGANELLA; BOFF, 2020).

Esta informação, muito resumida ao final da reportagem, nos parece tentar responder a esses possíveis questionamentos dos interlocutores da reportagem: e o poder público, não faz nada por essas pessoas?

Assim, nos dados informados sobre auxílios, quantitativos de donativos e serviços disponibilizados, pessoas atendidas (nessa lista os entrevistados Mauricio, Jeferson, Luana, Alissom e Wagner), inclui-se no relato a voz de outras pessoas em situação de rua, bem como do poder público e sua atuação com algumas medidas para atender essas populações. Assim, também, como é típico do gênero, dar-se-á pelo menos duas perspectivas do fato, mesmo que uma nota, ao fim da reportagem, atenção, que talvez, para alguns leitores, não seja suficiente para responder os questionamentos ocasionados pela reportagem se lida para além de notícia de jornal, pois, nos dados presentes na citação, o foco da informação se dá nos serviços prestados, de abrigo e alimentação como as necessidades prioritárias a serem atendidas.

Nesse sentido, vale considerar a fala de Marx, em **O Capital**, que chama a atenção para o debate sobre as necessidades humanas e seu valor enquanto mercadoria:

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto externo, uma coisa que, por meio de suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de um tipo qualquer. A natureza dessas necessidades – se, por exemplo, elas provêm do estômago ou da imaginação – não altera em nada a questão. Tampouco se trata aqui de como a coisa satisfaz a necessidade humana, se diretamente, como meio de subsistência, isto é, como objeto de fruição, ou indiretamente, como meio de produção. (KARL MARX, 2013, p. 157).

Desta forma, ao final da reportagem, nos questionamos se essas medidas estão sendo suficientes ou adequadas às reais necessidades das pessoas, e, em que medida, evitam o retorno aos semáforos, uma vez que elas se resumem à assistência, abrigo e alimentação, paliativos para um problema de base social. Por outro lado, como se define o que é essencial para a existência, sem cair em generalizações de subsistência quando não se tem o básico para sobreviver? Inclusive, a questão de auxílios em dinheiro é medida questionável por grande parte da sociedade, assunto tratado em outras reportagens que divulgam pareceres sobre o uso de recursos sem a existência de nenhum tipo de devolutiva à sociedade por parte das pessoas assistidas. Sobre essa questão, ainda podemos nos remeter ao pensamento e teorias de Marx, ressaltando que:

As mercadorias não se tornam comensuráveis por meio do dinheiro. Ao contrário, é pelo fato de todas as mercadorias, como valores, serem trabalho humano objetivado e, assim, serem, por si mesmas, comensuráveis entre si, que elas podem medir conjuntamente seus valores na mesma mercadoria específica e, desse modo, convertê-la em sua medida conjunta de valor, isto é, em dinheiro. O dinheiro, como medida de valor, é a forma necessária de manifestação da medida imanente de valor das mercadorias: o tempo de trabalho. (KARL MARX, 2013, p. 230).

Desta forma, por não ser produto de um trabalho realizado, no entendimento de muitos, os auxílios viram esmolas, como as recebidas no semáforo, o que, tanto para quem doa, quanto, muitas vezes, para quem os recebe, não parece legítimo para fazer valer a cidadania e a justiça social. Esta questão dialoga com a situação relatada na última entrevista da reportagem, comum a muitas outras histórias, em que as pessoas em condições de vulnerabilidade e em situação de rua, vivendo sob viadutos, e perambulando pelas ruas das cidades, são julgadas pelos transeuntes, senão por grande parte da sociedade. Essas pessoas, especialmente as que não possuem um teto para retornar e nenhuma condição econômica, sofrem preconceitos diversos, sendo vítimas de comportamentos discriminatórios devido a sua condição de vulnerabilidade e de sua situação de extrema pobreza.

A aporofobia, conceito cunhado pela filósofa espanhola Adela Cortina, conceitua esses comportamentos como

rejeição, aversão, temor e desprezo ao pobre, ao desamparado que, ao menos aparentemente, não pode devolver nada de bom em troca” (CORTINA, 2020, p. 18)

Assim, entre ofensas, preconceitos, discriminação, segue esse processo de raciocínio, enquanto o valor dos sujeitos passa a ser o valor monetário de um trabalho, que não sendo realizado, não há moeda de troca que lhe garanta dignidade.

Sobre essa questão, ainda, gostaríamos de brevemente destacar algumas importantes mobilizações sociais, especialmente iniciativas populares que levam as reflexões para o debate político e promovem criação de leis que criminalizam comportamentos preconceituosos que ferem a dignidade de pessoas que já se encontram desprovidas de todo o resto de direitos sociais. Uma delas trata da promulgação da Lei 14.489/22, batizada de Lei Padre Júlio Lancelotti, que alterou o Estatuto da Cidade (Lei 10.257/2001) e vedou o uso de arquitetura hostil em espaços de uso público. (QUEVEDO, 2023).

Todavia, Quevedo (2023) alerta para algumas preocupações, quando Projetos de Lei, com o objetivo de criminalizar “atos violentos praticados contra pessoa em decorrência de um sentimento de ódio por sua condição de pobreza”(QUEVEDO, 2023) desenvolvem pacotes de medidas visando esse grupo social. São eles, projetos como o PL 3.135/2020, ou ainda projetos ligados a outras iniciativas, como o PL 1.636/2022 e o PL 1.635/2022, com base na criação do Estatuto da População em Situação de Rua.

Ambos preveem a inserção de qualificadoras nos crimes de homicídio e injúria e de uma majorante no crime de lesão corporal que “torna crime de injúria o ato que envolva discriminação contra a pessoa em razão de sua condição de pobreza, assim denominada aporofobia, além de qualificar o crime de homicídio e majorar o crime de lesão corporal praticado pela mesma razão”. (QUEVEDO, 2023).

A pesquisa de Quevedo, acima citada, embora reconheça a importância desses PLs para se pensar uma sociedade menos desigual, problematiza a qualidade legislativa dos projetos, que deixam brechas para questionamentos sobre classificações e conceitos utilizados nos textos, uma vez que desconsideram uma série de aspectos referentes ao que seja aporofobia.

A aporofobia está presente em três níveis: (1) micro – relações assimétricas de crenças, interpretações e imaginações que as pessoas têm sobre os pobres e a pobreza; (2) meso – instituições formais e informais que excluem os pobres; (3) macro – políticas econômicas excludentes. (QUEVEDO, 2023).

Segundo ainda o estudo de Quevedo, para se garantir direitos e responsabilidades, é preciso ser muito cauteloso para que o amparo às pessoas em situação de vulnerabilidade, bem como a criminalização de atos preconceituosos sofridos por elas, como os apontados na reportagem analisada, não sejam limitados, precarizados e desqualificados por ambiguidades, inconsistências e interpretações com interesses escusos.

Entretanto, essas classificações entram em discussões mais complexas sobre desigualdades, o que torna uma tarefa extremamente desafiadora e subjetiva definir quem é pobre. (QUEVEDO, 2023).

Por fim, todas essas perspectivas estudadas e apontadas neste capítulo, a partir da perspectiva dos estudos do discurso de M. Bakhtin, dialogam no sentido de que nos revelam as fragilidades pelas quais passam os pedintes, sejam eles de tempos pandêmicos ou de qualquer tempo. As leituras nos mostram, também, que estas são questões sociais e não individuais e que, portanto, precisam de um olhar atento da sociedade em todas as suas nuances e esferas de debates. Apesar de todas as ambiguidades e interpretações jurídicas que possam ser argumentos para formação discursiva sobre o tema, um fato é inegável: a injustiça social se abate sobre uma grande população. Por conseguinte, para se garantir uma efetiva e eficaz proteção a esses sujeitos, é necessário colocar em prática a constituição cidadã e de direitos que rege nossa sociedade. Com fins a garantir a todos dignidade e bem-estar, seja isso entendido como direito à moradia, saúde, alimentação, trabalho, enfim, aquilo que signifique sair da vulnerabilidade, é preciso também irmos além da teoria e colocarmos em prática esses direitos cidadãos.

As reverberações da leitura

Por último, a terceira linha de relações com o discurso do outro: a concessão, a subordinação a esse discurso, a sua resignada assimilação como se ele mesmo assim pensasse, como se ele mesmo concordasse sinceramente com tal coisa (...)
(BAKHTIN, 2008, P. 243)

Além desta reportagem, foram lidas para esse estudo muitas outras, e três também chamaram muita atenção por seu teor similar, com relatos semelhantes de migração e abandono, de sujeitos criando estratégias diversas para conseguir qualquer centavo. São

comunidades inteiras se deslocando para as esquinas, tornando o ambiente público um espaço compartilhado de histórias de vida, escritas na maioria das vezes, resumida e precariamente em cartazes: se não são ouvidos, nos obrigam a serem lidos.

As reportagens apresentam grupos de mães que perderam seus empregos durante a pandemia, mulheres fugindo de relacionamentos abusivos e de parceiros violentos, mulheres grávidas, cadeirantes, pessoas acometidas de toda sorte de vulnerabilidade; crianças, acompanhadas ou não de adultos, imigrantes, dependentes químicos. Essas reportagens assumem perspectivas diversas ao reportarem os discursos das pessoas e de suas situações, bem como relacionam-se de maneiras variadas com esses relatos. Algumas das reportagens questionam a falta de uma política eficaz que busque entender as histórias de vida por trás de suas placas e os inúmeros sentidos que elas indicam sobre essas pessoas que buscam sustento nos sinais vermelhos, pois entendem e transmitem que para elas os sinais estão fechados, os vidros estão fechados, as oportunidades estão fechadas. Essas reportagens destacam, ainda, que muito do que é feito, organizado por segmentos independentes da sociedade, ainda não dá conta da demanda de razões diversas que levam essas pessoas a perambularem nas esquinas em busca de soluções urgentes para suas necessidades pessoais e familiares.

É certo que a crise econômica imposta pela pandemia agravou a situação, mas não nega o fato de que esta população já é um problema social há longas datas. O desemprego, dificuldades financeiras, fome, a falta de formação e capacitação, somam-se à falta de estrutura na saúde, precariedade nas assistências e ações disponíveis para esse público. Por outro lado, há também nessas reportagens, vozes que lamentam a falta de uma fiscalização que defina os limites entre a legalidade e ilegalidade da presença de populações inteiras nas ruas. Alegam, por esse motivo, que o cidadão fica à mercê de ideologias: se ajuda, financia a estadia, se não ajuda, contribui para a manutenção do estado de coisas, por não saber diferenciar esperteza de necessidade. Há ainda

justificativas do tipo: quer ajudar? Procure outras formas de contribuir (campanhas, projetos, programas de assistência) que cheguem a essas pessoas para que a sociedade seja melhor para todos. Outros creem que a melhora no valor dos auxílios, estratégias e ações pontuais com os pedintes, amenizaria a situação.

Enquanto isso, há os mais drásticos que, dispensando os direitos humanos e o desenvolvimento social, pensam em medidas punitivas, restritivas (como a arquitetura hostil), ou ainda desejando o antigo sistema da higienização. Fala-se, também, em campanhas anti-esmola, que desestimule e não incentive a doação de dinheiro nas ruas, fiscalização de Conselho Tutelar, e controle efetivo pela polícia, por exemplo, impedindo não apenas o pedir nos sinais, mas principalmente o estabelecimento de moradias em torno do local dessas atividades, para evitar a propagação dessa população com sérias medidas coercitivas e de proibição à mendicância e doação de esmola.

Com os dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA (2023), sobre o crescimento acelerado dessas populações entre 2019 e 2022, muitas são as demandas políticas públicas para acolher essa população, bem como combater todo e qualquer tipo de violência que se manifeste de maneira explícita (física ou psicológica), ou silenciosamente, contra esses sujeitos. Há que se pensar também que num país, onde muito se teme a corrupção e a ditadura, é tarefa árdua decidir qual a melhor medida a ser tomada sem esbarrar na imposição. Certamente, o trabalho mais eficaz dos Creas, cadastro único eficiente, documentação atualizada para todos, perfis e encaminhamentos para programas federais são passos importantes, mas medidas preventivas ainda seriam o caminho ideal: investimento em educação, desenvolvimento social, formação profissional, garantia dos direitos já instituídos, por exemplo, denunciando as injustiças e cobrando a responsabilidade de quem deve acolher as demandas.

A reportagem selecionada para este estudo foi a de Porto Alegre, mas poderia ser a de qualquer parte do Brasil, como é possível verificar nas referências consultadas. Além disso, como

citado pelos autores Tiago e Eduardo, essa reportagem poderia ser sobre qualquer um, que por algum motivo inesperado, se encontre em situação de vulnerabilidade. As histórias narradas poderiam inclusive ser minhas, suas, nossas. Assim, consideramos de grande relevância, num ato de alteridade, nos perguntarmos ao fim desta pesquisa, como percebemos de fato esses corpos nas esquinas e nos semáforos; se ouvimos suas vozes, se interagimos com elas e se elas importam para nós. É necessário, após a leitura de uma reportagem como esta, avaliarmos se somos os que fecham os vidros ou os que fazem alguma doação, e identificarmos o discurso com o qual dialogamos quando lemos a reportagem e quando nos deparamos com esse outro do discurso, o de carne e osso. É preciso termos vontade de entender que diálogos estabelecemos com seus discursos: tensão, conflito, descaso, medo, rejeição; se os ignoramos, rejeitamos ou acolhemos, e, fundamental, entendermos as relações de poder que moldam nossas decisões e que nos levam a certas atitudes em relação a esta problemática social e, por fim, a quem (não) interessa essa nossa postura enquanto cidadãos.

Como é inevitável em qualquer pesquisa, estudar um tema não significa esgotá-lo, pois, como adverte Bakhtin, há muitos dizeres possíveis para um tema a depender da relação social e histórica estabelecida. Nesse vasto campo de possibilidades, fica sempre uma vontade de que o que foi dito se desdobre no outro para que o que não foi possível de ser dito possa ressoar em outro, quem sabe, reflexões, ações ou trabalhos futuros.

Referências

ALTHUSSER, Louis. **Ideologias e Aparelhos Ideológicos do Estado**. Biblioteca Universal Presença. Arquivo eletrônico. Editorial Presença/ Martins Fontes.

BAKHTIN, M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais (6. ed., Y. F. Vieira,

trad.). São Paulo: Hucitec. Brasília: Editora Universitária de Brasília, 2008.

BAKHTIN, M. (VOLOCHÍNOV). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução de Michel Lahud e Yara Frateschi Vieira. 16ª Edição. Hucitec Editora. São Paulo 2014.

BAKHTIN, M. **Os Gêneros do Discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo. Editora 34, 2016.

BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. (4. ed., P. Bezerra, trad.). Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2008.

BAKHTIN, M. **O autor e a personagem na atividade estética**. 1. ed. Tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. Notas de edição russa Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo. Editora 34, 2023.

BRAIT, Beth. **Alteridade, dialogismo, heterogeneidade**: nem sempre o outro é o mesmo. Rev. bras. psicanál vol.46 no.4 São Paulo out./dez. 2012. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-641X2012000400008

CORTINA, Adela. **Aporofobia**, a aversão ao pobre: Um desafio para a democracia. São Paulo: Contracorrente, 2020.

DA SILVA, Daniel Salgueiro. **Análise dos aspectos retórico críticos do gênero reportagem jornalística**. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Letras – Língua Portuguesa da Universidade Federal de Alagoas, Campus de Arapiraca, 2018.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin. Parábola Editorial, 2009.

FIORIN, José. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo. Ed. Contexto, 2016.

MARX, KARL. **O capital**: crítica da economia política. Livro I. O processo de produção do capital. Tradução Rubens Enderle. Boitempo Editorial. São Paulo, 2013. Edição eletrônica.

QUEVEDO, Jéssica Veleda; SANTOS, Diego da Rosa dos. A criminalização da aporofobia: análise dos Projetos de Lei 3.135/2020

E 1.636/2022. **Boletim IBCCRIM** - ano 31 - n.º 369 - Agosto de 2023
- ISSN 1676-3661.

SANTOS, Franciane da Silva. **Metáforas em reportagens da revista Veja: uma análise retórica**. Dissertação (Mestrado em Letras e Linguística) – Universidade Federal de Alagoas. Maceió, 2015.

Matérias lidas

Eduardo Paganella E Tiago Boff. Vidros fechados: as histórias de quem pede ajuda em cartazes em semáforos de Porto Alegre. *Jornal digital GZH*. Porto Alegre. 14 de setembro de 2020. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/porto-alegre/noticia/2020/09/vidros-fechados-as-historias-de-quem-pede-ajuda-em-cartazes-nos-semaforos-de-porto-alegre-ckf2rtzjn006h014ylbsco9qb.html>

Reflexo nas ruas: pandemia aumenta pedintes nas sinaleiras. *Jornal digital Diário*. 16 de janeiro de 2021. Disponível em: https://diariosm.com.br/coronavirus/reportagem_especial/reflexo_nas_ruas_pandemia_aumenta_pedintes_nas_sinaleiras.432171

Natali Carvalho. *Mães do Semáforo: a rotina de mulheres que buscam sobrevivência no trânsito. Projeto Diversidade nas Redações, da Énois Conteúdo, especial para o jornal digital O POVO*. 13 de agosto de 2021. Disponível em <https://mais.opovo.com.br/reportagens-especiais/2021/08/13/maes-do-semaforo-a-rotina-de-mulheres-que-buscam-sobrevivencia-no-transito.html>. Acesso em: 13 ago. 2021

Manuella Bittencourt. Pedintes que usam cartazes nas ruas de Goiânia contam suas histórias. *Jornal digital O popular*. 15 de abril de 2022. Disponível em: <https://opopular.com.br/cidades/pedintes-que-usam-cartazes-nas-ruas-de-goiania-contam-suas-historias-1.2439134>

CAPÍTULO 2

ENTRE A FAKE NEWS E O FATO NO GÊNERO NOTÍCIA DE JORNAIS DIGITAIS: O USO JORNALÍSTICO DA PALAVRA PARA PERSUADIR O LEITOR

Jean Marcel Oliveira Araújo

introdução

Atrair o interesse do interlocutor não tem sido uma tarefa fácil. Há uma infinidade de discursos sendo enunciados diariamente. Muitas são as opções e, dentre elas, encontramos a *notícia*. Esta se constitui um gênero jornalístico por excelência, sendo encontrada em mídias impressas, jornais e revistas; em mídias radiofônicas e audiovisuais, rádio e televisão respectivamente; e, em mídias virtuais, *blogs*, jornais digitais etc. Nestas mídias, onde ocorre a produção de *hiperlinks* e de *chats*, bem como onde são realizados *download* e *upload* de vídeos e enunciados, a situação fica ainda mais difícil, mas não é impossível uma notícia se tornar uma *trend* [tendência].

Qualquer discurso noticiado pode se tornar uma tendência quando passa a ser indicado pelos sites de busca em uma taxa maior que outras notícias. Isto pode ocorrer por meio de um esforço conjunto dos usuários ou por causa de uma situação específica que leva as pessoas a acessarem o conteúdo da notícia. Outra possibilidade é tornar a manchete atrativa para o interlocutor, que, curioso diante da informação veiculada, acessa o site para obter mais detalhes. Todavia, nem sempre aquele que acessa o conteúdo de uma notícia se depara com informações que satisfaçam suas expectativas, ou seja, suas previsões sobre algumas informações a serem relatadas no referido gênero jornalístico não são confirmadas.

Observa-se que as informações sobre o fato noticiado foram manipuladas. Em alguns casos, verifica-se a criação de uma outra realidade, fazendo com que a notícia aproxime-se de uma *fake news*. Tal interferência pode ocorrer desde o momento da escolha do fato a ser noticiado, pondo em evidência a(s) forma(s) como a notícia é construída e enunciada. Nesse processo, para construção de notícias ou quaisquer outros discursos jornalísticos, os jornalistas lançam mão de um conjunto de estratégias, as quais são denominadas padrões de manipulação pela literatura.

Diante do exposto, procuro analisar notícias publicadas na internet. Para tanto, farei uso da estilística do gênero e da estilística sociológica, propostas por Mikhail Bakhtin (2015, p. 77), para quem, ao se analisar um enunciado, faz-se necessário revelar “o contexto social concreto do discurso que determina toda a sua estrutura estilística, a sua ‘forma’ e o seu ‘conteúdo’, e ademais determina não por fora mas de dentro”.

A notícia

Considerada também um gênero informativo, a notícia foi assim definida por Nilson Lage (1982, p. 36), em **Ideologia e técnica da notícia**: “relato de uma série de fatos [mudanças no mundo objetivo] a partir do fato mais importante ou interessante, e este, de seu aspecto mais importante”. Embora seja um relato, pontua Lage (2004, p. 16), em **A estrutura de notícia**, que se trata de uma exposição de fatos, aspecto que a afasta de uma narrativa. Ou seja, é uma descrição de evento ou acontecimento, na qual se procura fornecer apenas informações suficientes ao leitor/ouvinte/telespectador/internauta para que ele imagine a cena, quando não há presença de gêneros imagéticos – desenhos, fotos, mapas, vídeos e transmissões ao vivo.

Esse relato é endereçado para um público com hábitos e características específicas, conhecido de antemão pelo locutor/autor. É o público quem determinará o tema a ser tratado, as finalidades comunicativas da exposição, bem como quais fatos

devem ter tratamento relevante. Esse traço fica mais nítido quando a notícia é enunciada em periódicos fora do jornal-empresa, pois ela “restringe-se, em geral, ao anúncio e cobertura de fatos que não ultrapassam o interesse do grupo de leitores a que se destina a publicação” (LAGE, 2004, p. 40).

Assim, de acordo com a literatura sobre o gênero, a função da notícia é transmitir, compartilhar, repassar informação sobre fatos relevantes de acordo com o público-alvo. Logo, a notícia se torna imprescindível na medida em que as pessoas desejam ficar “inteiradas” dos recentes acontecimentos em sua cidade, em seu estado, em seu país e no mundo.

O processo de construção da notícia para essas pessoas pauta-se em concepções orientadas e fundamentadas pelo paradigma da objetividade e pelo princípio da imparcialidade. Esses são considerados pressupostos básicos do uso jornalístico da palavra no referido gênero de acordo com uma das teorias oferecidas pela própria ideologia profissional dos jornalistas – a Teoria do Espelho. Por conta desses pressupostos, ocorre a cisão entre jornalismo opinativo e jornalismo informativo (BARROS FILHO, 2008, p. 14).

Segundo Tito Eugênio Santos Souza (2009), em “Um estudo sobre os efeitos da objetividade”, o jornalista, orientado pelo referido paradigma, deve limitar-se tão somente a reproduzir os acontecimentos na notícia, como um ‘espelho’ que reflete fidedignamente a realidade. Nas palavras de Nelson Traquina (2004, p. 149), em **Teorias do Jornalismo**, aquele que noticia deve se apresentar como um simples mediador que reproduz os fatos na notícia, limitando-se ao relato preciso dos fatos”. Em outros termos, ele busca apresentar a verdade “neutra”, na qual os fatos se apresentam apartados de opiniões, dando corpo a um jornalismo informativo.

A busca pela objetivação de tal verdade tem também por fundamento o princípio da imparcialidade. Orientado por este princípio, o jornalista lança mão de diferentes estratégias, dentre elas, o emprego de declarações entre aspas, a produção do discurso em terceira pessoa, a fim de que a palavra por ele usada se

apresente isenta de juízos de valor na notícia. Tais estratégias têm por finalidade produzir a sensação familiarizada de que a verdade foi objetivada, evitando que o responsável pela enunciação arque com o ônus do que é dito, já que o fato é apresentado em espelhamento à realidade. Representar deslocamentos, transformações e enunciações realisticamente sem tonalidades ideológicas tem a pretensão de garantir a exatidão, a integridade, a vivacidade e a atualidade da notícia.

Todavia, a notícia não é o evento noticiado, mas um evento sobre o evento noticiado, bem como a imagem refletida no espelho não é a realidade. Com base em Gaye Tuchman (1999), em “A objectividade como ritual estratégico”, posso afirmar que o jornalista se utiliza daqueles mecanismos para alegar imparcialidade nas notícias que ele enuncia, revestindo seu discurso de objetividade, despindo-o de axiomas e oferecendo seu discurso como se a realidade fosse. Porém, essa alegação não passa de um ‘ritual estratégico’, “para neutralizar potenciais críticas e para [seguir] rotinas confinadas pelos limites cognitivos da racionalidade” (TUCHMAN, 1999, p. 75). Esse ritual, pontua Tuchman (1999, p. 75), se assemelha ao modo como “um camponês mediterrâneo põe um colar de alhos à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos”.

Buscando atender à sua função social, segundo o princípio da impessoalidade e o paradigma da objetividade, a notícia apresentará uma arquitetura relativamente estável. Ela é composta, de acordo com Teun Adrianus van Dijk (1986), em “A estrutura do discurso na notícia”, pelo sumário (manchete e lide) e pelo relato jornalístico (episódio e comentários). Já para Lage (2004), compõem a estrutura da notícia a manchete (breve exposição sobre o acontecido - uma frase vaga como título) o lide (resumo do ocorrido - “o que aconteceu”, “onde aconteceu”, “quando aconteceu”, “quem era(m) o(s) envolvido(s)”, por que aconteceu”), e a documentação (detalhamento das informações).

Tanto van Dijk quanto Lage apresentam os mesmos componentes para a notícia. Muda-se apenas a nomenclatura,

como também a quantidade de componentes: dois ou três, visto que para van Dijk a manchete e o lide formam o sumário. Sobre os princípios ordenadores, Lage (2005 *apud* Schmitt *et. al*, 2005, p. 05) pontua que as demais categorias da notícia identificadas por van Dijk, no relato jornalístico, “seguem-se ao lead e se ordenam com variações que consideram exatamente a importância/interesse desses tópicos”. Esses componentes serão tratados de maneira detalhada mais adiante. Cabe ressaltar, contudo, que a arquitetura de um discurso noticioso pode seguir uma ordem opcional, podendo diferir de cultura para cultura, de jornal para jornal e de jornalista para jornalista.

Fica sugerido pela definição e pela caracterização que a função social da notícia é informar fatos cotidianos relevantes para a sociedade. No entanto, longe de ser tão somente um simples relato, exposição, descrição de fatos, ela é um todo verbalizado sobre questões que podem ser resolvidas em um tempo próximo e, no ambiente virtual, pode ser enriquecida por diferentes linguagens: imagens, vídeos, áudios etc.

O uso jornalístico da palavra

Pensar o discurso na notícia me leva, primeiramente, a discorrer sobre o uso jornalístico da palavra, para, então, dar conta tanto das unidades temática, estilística e composicional desse gênero jornalístico, como também da assimilação do espaço, do tempo, e do sujeito histórico que se revela neles.

A notícia foi definida segundo a literatura como relato, por meio do qual há uma exposição de fatos, aspecto que a afasta de uma narrativa. É uma descrição de um evento, pois retira desse relato a necessidade de encadeamento dos eventos, em uma progressão a caminho de um desfecho.

Relato, exposição e descrição na composição da notícia denunciam a impossibilidade de defini-la segundo uma teoria de tipologia social, como o fazem Joaquim Dolz & Bernard Schneuwly (2004), em “Gêneros e progressão em expressão oral e escrita”, ao

incluir a notícia como um gênero pertencente ao agrupamento da ordem do relatar, que comporta gêneros pertencentes ao domínio social da memorização e documentação das experiências humanas, situando-as no tempo, a exemplo também do relato de experiências vividas, dos diários íntimos, dos diários de viagem, das reportagens, das crônicas jornalísticas, dos relatos históricos, das biografias, das autobiografias, dos testemunhos etc. Também chama atenção, na tentativa de categorização pelos autores, a restrição de algumas possibilidades para certas ordens, isto fica perceptível ao delimitar a exposição a saberes e a descrição a ações.

Embora pertença ao agrupamento da ordem do relatar de acordo com Dolz & Schneuwly, a notícia expõe o(s) fato(s), identificando o(s) agente(s) envolvido(s), as circunstâncias e, ao expor, ela descreve uma cena, onde e quando esses agentes históricos são assimilados jornalisticamente. Logo, esse gênero relata, e, ao relatar, ele expõe, e, ao expor, descreve para o leitor a imagem construída pelo jornalista, que não é a realidade refletida em um espelho, mas sim refratada. Por ser um gênero produzido por um profissional de uma esfera da atividade humana, fica evidente o uso que se faz da língua na notícia, enquanto um dos gêneros do discurso elaborados pelos agentes do campo jornalístico.

Assim a notícia é uma das formas possíveis que o discurso pode assumir. Este, para Bakhtin (2011), é unidade real de comunicação discursiva, que se constitui como todo e qualquer enunciado relativamente estável. Ou seja, ele é o resultado do “emprego da língua [que se efetua] em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana” (BAKHTIN, 2011, p. 261) em resposta a outros discursos. Dessa forma, os interlocutores fazem o uso da palavra, produzindo “variadas atitudes responsivas a outros enunciados de dada esfera da comunicação discursiva” (BAKHTIN, 2011, p. 297).

A notícia se constitui como uma dessas variadas atitudes responsivas a outros enunciados no campo da atividade jornalística. Ela diz respeito ao caráter e às formas de um dos tipos

de enunciado nessa esfera de comunicação discursiva, o campo jornalístico. Esse uso configura-se o objeto de interesse de uma sociologia do discurso: a sociologia do discurso jornalístico.

Diante disso, quando falo de campo jornalístico, volto minha atenção para a esfera da atividade profissional do jornalista, autônomo em relação ao campo científico no qual são produzidas teorias e conceitos próprios que resultam de outras variadas atitudes responsivas: artigo científico, dissertação e tese, e da metateoria (reflexões epistemológicas) em sua abrangência. Sobre essa autonomia, são esclarecedoras as palavras de Adair Bonini (2002, p. 80), em **Gêneros textuais e cognição**, quando afirma que “os estudos científicos detêm um papel secundário no estabelecimento dos gêneros jornalísticos, até porque o trabalho jornalístico exige respostas imediatas, estratégias retóricas eficazes à sobrevivência do próprio jornal como gênero”. Por isso, não devemos confundir o campo onde se produz pesquisas e estudos sobre o jornalismo com o campo jornalístico.

Para compreensão desta esfera da atividade humana, recorro ao conceito de campo de Pierre Bourdieu (1997, p. 57), em **Sobre a televisão**: “Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças.”

O campo, então, é qualquer esfera de realização da atividade humana, seja ela política, intelectual, jurídica, artística, científica, jornalística etc, na qual se estabelecem relações de força entre os agentes ou as instituições engajadas na luta. Em outras palavras, ele se configura como espaço com uma relativa autonomia, dotado de uma lógica própria, onde seus integrantes “empenham, em sua concorrência com os outros, a força (relativa) que detêm e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias” (BOURDIEU, 1997, 57).

Contudo, adverte Bourdieu (1977) que, diferente de outros campos,

O campo do jornalismo tem uma particularidade: é muito mais dependente das forças externas que todos os outros campos de produção cultural, campo da matemática, campo da literatura, campo jurídico, campo científico. Ele depende muito diretamente da demanda, está sujeito à sanção do mercado, do plebiscito, talvez mais ainda que o campo político. A alternativa do “puro” ou do “comercial” que se observa em todos os campos ai se impõe com uma brutalidade particular e peso do polo comercial (BOURDIEU, 1997, p. 76).

Acrescenta o sociólogo francês que, para compreender o “campo jornalístico”, é preciso perceber nele o peso do “comercial”:

O campo jornalístico constituiu-se como tal, no século XIX, em torno da oposição entre os jornais que ofereciam antes de tudo “notícias”, de preferência “sensacionais” ou, melhor, “sensacionalistas”, e jornais que propunham análises e “comentários”, aplicados em marcar sua distinção com relação aos primeiros afirmando abertamente valores de objetividade (BOURDIEU, 1997, p. 105).

Tal definição de campo e suas especificidades me permitem dialogar como a produção de Mikhail Bakhtin no que diz respeito ao uso jornalístico da palavra. Ele também partilha do entendimento de que o mundo social também é formado por diferentes campos onde os sujeitos realizam diferentes atividades, a exemplo do jornalístico. Este campo foi definido por Bakhtin (2011, p. 388), em “Apontamentos de 1970-1971”, como “esfera de questões que podem ser resolvidas em sua atualidade (ou ao menos num tempo próximo)”.

Assim, o campo de onde se efetua o uso jornalístico da palavra é um espaço com uma relativamente autonomia, que não se confunde com qualquer outra esfera da atividade humana. Tal autonomia permite a compreensão do uso que se faz da palavra enquanto um uso real sempre interessado do sentido direto concreto e expressivo do discurso pelo falante/locutor, cuja

situação concreta e posição sócio-ideológica (classe, profissão) determinam esse uso (BAKHTIN, 2015, p. 211).

Segundo Volóchinov (2018), em **Marxismo e filosofia da linguagem**, considerar o discurso produto da situação de enunciação em que ele ocorre, e as relações profissionais e de classe entre os sujeitos em interação é imprescindível para o estudo da estilística, em particular, segundo Bakhtin (2016), da estilística sociológica.

A situação concreta de enunciação é sócio-histórica e irrepetível. Ela denuncia a visão de mundo que tem o autor do discurso, oriunda da realidade na qual ele está imerso, mas também da relação que tem frente à vida real, vivida concretamente. Ou seja, o uso jornalístico da palavra traz consigo a expressão do jornalista, ou seu tom valorativo a ser assimilado, reelaborado, e reacentuado por seu(s) interlocutor(es) (BAKHTIN, 2006, p. 295). Revela ainda a posição de um sujeito historicamente situado em um grupo em dada sociedade.

Essa posição é conferida pela correlação entre profissão e classe. Pelo aspecto social e pelo caráter grupal, a profissão, de acordo com Otto Groth (2011), em **O poder cultural desconhecido**, é

uma característica sociológica não no sentido de que a profissão serve a uma comunidade, que se insere sem atritos na vida comunitária, mas sim no sentido de que os seus membros formam um “grupo” maior, que a profissão é exercida por um número maior de pessoas que sabem umas das outras, que tem uma consciência coletiva e um certo sentimento de comunhão (ainda que só hajam ligações imateriais entre elas) e que assim assegura a continuidade espacial e temporal da atividade profissional” (GROTH, 2011, p. 328).

Para Traquina, pertencer a essa comunidade representa “uma parte seletiva da realidade”, onde “os membros da comunidade profissional partilham não só uma maneira de ver, mas também uma maneira de agir e uma maneira de falar, o ‘jornalês’” (TRAQUINA, 2004, p. 30). Por essa razão, o uso jornalístico da palavra aciona todos os usos realizados pelo jornalista e outros

profissionais das diferentes esferas da atividade humana, bem como pelas pessoas comuns. Isso porque, parafraseando Volóchinov (2013, p. 2004), nenhuma palavra é dada ao jornalista de forma linguisticamente virgem: ela está prenhe de todas as situações cotidianas e de todos os contextos jornalísticos em que ela foi enunciada.

Dessa forma, a palavra na notícia não está dissociada de outros enunciados além daquele em que se apresentará. Com base em Lage (2004, p. 41-42), é possível inferir que o jornalista pode estabelecer diálogo com discursos disponíveis em todo material que puder ser pesquisado previamente: biografias, históricos, perfis, roteiros de desfiles etc. Também pode dialogar com depoimentos e discursos de pessoas entrevistadas, a ser utilizados como documentação de proposições sintéticas que o jornalista intercala em sua fala, configurando aquilo que van Dijk denomina de “reações verbais”. E, de uma forma ou de outra, ainda que a sua trajetória não seja revelada explicitamente, a palavra revelar-se-á, ao mesmo tempo, multifacetada e única nesse novo enunciado, impregnada de marcas dos percursos por ela percorridos.

À semelhança de outros discursos, a notícia será sempre cheia de transmissões e interpretações de palavras alheias. Isso porque, com base no diálogo com Bakhtin, a todo instante encontramos nela uma “citação” ou “referência” àquilo que foi dito por certa pessoa, ao “dizem” ou “todos dizem”, às palavras de diferentes interlocutores, às palavras que outros jornalistas pronunciam antes, a um jornal, a uma deliberação, a um documento, a um livro, etc.

Na organização do trabalho, os profissionais do campo jornalístico têm deveres e direitos diferentes. Essa diferenciação corresponde à classe, grupo a que pertence cada indivíduo segundo a posse ou não dos meios de produção (MARX, 2013) e ao lugar ocupado por esse mesmo indivíduo no grupo e reconhecido por outros indivíduos, segundo o estilo de vida (prestígio e honra que desfruta) e o acesso aos bens e serviços produzidos socialmente (WEBER, 2022). Sobre esse reconhecimento no campo jornalístico,

Bourdieu esclarece que ele decorre de dois princípios de legitimação:

o reconhecimento pelos pares, concedido aos que reconhecem mais completamente os “valores” ou os princípios internos, e o reconhecimento pela maioria, materializado no número de receitas, de leitores, de ouvintes e de espectadores, portanto, na cifra de venda (best-sellers) e no lucro em dinheiro, sendo a sanção do plebiscito, nesse caso, inseparavelmente um veredito do mercado (BOURDIEU, 1997, p. 105).

Assim, a classe denota a posição sócio-hierárquica do locutor e o reconhecimento dessa posição no uso da palavra, visto que determina tanto a forma do enunciado, que está relacionado ao aspecto estrutural da língua, quanto o seu estilo, como o resultado das suas escolhas linguístico-discursivas.

Em síntese, posso dizer que o uso da palavra na notícia é feito por um trabalhador, especializado por conta de uma série de atividades que apenas ele é autorizado executar – o jornalista. Para realizar essas atividades, ele concorre com seus pares na divisão do trabalho social, conforme suas habilidades e seu treinamento, sendo que aquele com maior formação e especialização tende a desempenhar trabalhos mais complexos e bem mais remunerados. Assim, o uso que faz da palavra será sempre sócio-ideologicamente marcado, até mesmo por uma ideologia que se quer neutra axiologicamente - objetiva e imparcial.

Quem fala, de onde e quando fala – eis o que determina o sentido real da palavra no uso que dela é feito no campo jornalístico e, em particular, na notícia. Desta feita, as escolhas estilísticas do jornalista resultam de suas vivências de linguagem em situações de interação, em que as relações decorrentes de sua posição (profissão e classe) têm suprema relevância. Essas escolhas configuram resposta(s) a enunciados anteriores ao mesmo tempo em que, por meio dela(s), presume-se uma compreensão responsiva.

E, ao fazer o uso jornalístico da palavra, o jornalista “Participa de um diálogo que pode ser terminado e concluído, que pode passar à ação, pode tornar-se força empírica” (BAKHTIN, 2011, p. 388-389). Por isso, ele não espera uma simples compreensão de uma informação, embora a compreensão seja a primeira etapa do processo responsivo. É esperada uma atitude responsiva imediata ao(s) discurso(s) por ele proferido.

Sobre isto, corroboram as palavras de Lage (2004), quando o autor afirma que

A notícia pode comover, motivar revolta ou conformismo, agredir ou gratificar alguns de seus consumidores. Esses efeitos são apreciados e muitas vezes exagerados por quem se ocupa de política de comunicação ou psicologia social (LAGE, 2004, p. 25).

Nesse sentido, Luiz Gonzaga Motta (2002, p. 02) assegura que “São as notícias que tornam o complexo e desordenado mundo no qual vivemos menos caótico para cada um de nós, que nos ajudam a selecionar, priorizar, organizar, compreender e ordenar os acontecimentos de nossa realidade imediata”. Pondo em evidência o efeito responsivo da notícia sobre o interlocutor, o autor acrescenta ainda que:

Lemos, ouvimos e vemos as notícias diariamente porque elas orientam primordialmente a nossa vida prática, os nossos comportamentos, as nossas preferências, os nossos gostos, as nossas decisões de todo tipo. As notícias são, assim, experiências diárias de conhecimento prático primordial e essencial para os indivíduos nas sociedades contemporâneas (MOTTA, p. 2002, p. 02).

Assim, o uso jornalístico da palavra na notícia não tem por finalidade tão-somente “informar de modo qualificado”, mas, sobretudo, tratar de questões a serem resolvidas em um tempo próximo, pois mobiliza o interlocutor a desencadear uma resposta em relação às mudanças no mundo objetivo. Este não é um mero receptor, mas um parceiro de diálogo a ser mobilizado a encontrar

“uma solução do problema que pode ser uma solução histórica temporal” (BAKHTIN, 2011, p. 389). E participa porque, da esfera onde se encontra posicionado, o jornalista constrói sua enunciação no campo aperceptivo do leitor/ouvinte/telespectador/internauta.

Tal enunciação ocorre dentro do campo jornalístico, que “elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados” (BAKHTIN, 2016, p. 12). Forma um repertório que cresce e que se diferencia na medida em que essa esfera se desenvolveu e vem ganhando cada vez mais complexidade: artigo de opinião, campanhas, carta de leitor, chamada, classificados, cobertura, coluna, editorial, entrevista, nota, notícia, previsão do tempo, publicidade, reportagem etc.

Sobre a formação desse repertório, Bakhtin (2011) salienta que

A riqueza e a diversidade dos gêneros do discurso são infinitas, porque são inesgotáveis as possibilidades da multiforme atividade humana e porque em cada campo dessa atividade é integral o repertório de gêneros do discurso, que cresce e se diferencia à medida que se desenvolve e complexifica um determinado campo (BAKHTIN, 2011, p. 262).

Dessa forma, a notícia, em sua unidade temática, estilística e composicional, configura-se como uma dessas formas de efetivação do emprego da língua nesse campo específico da atividade humana – o campo jornalístico.

A assimilação do espaço, do tempo e do sujeito histórico no discurso jornalístico

No campo jornalístico, a assimilação do espaço, do tempo, e do sujeito histórico que se revela neles, decorre do processo de **manipulação da informação**. Este é um conceito complexo, apesar de ser largamente aceito e disseminado. Se recorrermos a um dicionário, encontraremos que ‘manipulação’ designa “ato ou efeito de manipular” e ‘manipular’ significa “interferir”

(MICHAELIS, 1998, p.1315). Por ter o sentido de interferir, o termo manipular ganha sentidos negativos. Manipular e distorcer, enganar, inverter, omitir, mentir, não sendo fiel ao fato de origem, ou seja, interferir na sua integridade e afetar o seu fluxo natural (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 59).

Ao termo manipular atribuem-se conotações pejorativas. Tais conotações se devem à crença da Teoria do Espelho segundo a qual, como vimos, os órgãos de imprensa devem refletir a realidade, oferecendo ao público um material que deve ter uma relação imediata com o fato noticiado. É como se fosse possível aos jornalistas e aos veículos de comunicação refletir fatos e ocorrências de forma direta e sem nenhuma ou pouca mediação.

Em que pese o caráter pejorativo atribuído ao termo ‘manipular’, esse se apresenta mais adequado ao estudo do uso da palavra pelo jornalista, pois ele põe em evidência como o espaço, o tempo e o sujeito histórico são assimilados jornalisticamente. Logo, afasto-me de posicionamentos como o de Christofolletti (2018), para quem a manipulação da informação acontece quando a notícia recebe um tratamento tendencioso ou objetiva mostrar tão somente alguns aspectos.

A manipulação ocorre desde o momento da escolha do fato a ser transformado em notícia. Dessa forma, manipular uma informação designa a(s) forma(s) como ela é construída e divulgada. Assim, considero a manipulação da informação um conjunto de estratégias das quais lançam mão os jornalistas para construção de notícias ou quaisquer outros discursos jornalísticos. Essas estratégias são denominadas de padrões de manipulação tanto por Perseu Abramo (2016) quanto por Rogério Christofolletti (2018).

Abramo (2016), em seu ensaio “Significado político da manipulação na grande imprensa”, reconhece que nem toda informação é manipulada na mídia brasileira, pois, se assim fosse, provocaria um efeito autodestrutivo para o jornalismo na medida em que seria responsável pela erosão na sua credibilidade e pelo esvaziamento de sua função social e pública. O autor, mesmo orientado pela crença de que órgãos de imprensa devem refletir a

realidade, reconhece, porém, que a manipulação é um traço característico do fazer jornalístico: a manipulação “marca a essência do procedimento geral do conjunto da produção cotidiana da imprensa, embora muitos exemplos ou matérias isoladas possam ser apresentados para contestar a característica geral” (ABRAMO, 2106, p. 39).

O autor reconhece ainda que a manipulação da informação é um conjunto de agências deliberadas que têm significados e propósitos circunscritos ao atendimento não somente de interesses econômicos, mas, sobretudo, políticos. Tal reconhecimento corrobora o posicionamento de Bourdieu (1997), para quem o campo jornalístico depende muito diretamente da demanda, visto que está sujeito à sanção do mercado, do plebiscito e do campo político.

Matérias manipuladas, para Abramo, não são raras a ponto de ser possível observar alguns padrões de ocorrência quando são levados em consideração “a variação da intensidade de utilização da manipulação segundo o órgão em exame ou o assunto, tema ou “editoria” de cada órgão” (ABRAMO, 2016, p. 48). Esses padrões podem ser designados tipos ou modelos que ajudam a organizar as ações em um processo de manipulação informativa. Diante do exposto, ele enumera quatro grandes tipos de ocorrência de manipulação na produção e divulgação da informação pela imprensa e um específico dos veículos de rádio e televisão, a saber: 1) padrão de ocultação; 2) padrão de fragmentação; 3) padrão de inversão; 4) padrão de indução; 5) padrão global.

O primeiro padrão descrito pelo autor, a *ocultação*, se caracteriza sobretudo pelo “deliberado silêncio militante sobre determinados fatos de realidade” (ABRAMO, 2016, p. 40) e acontece na etapa de programação ou planejamento das matérias: “tomada a decisão de que um fato ‘não é jornalístico’, não há a menor chance de que o leitor tome conhecimento de sua existência por meio da imprensa” (2016, p. 41). O público é privado de tomar conhecimento do fato pelas vias consagradas da mídia tradicional.

Fatos, eventos, acontecimentos, tudo que se configure como uma mudança no mundo objetivo pode ser fato jornalístico. Mas,

para empresários e empregados de órgãos de comunicação, existem fatos jornalísticos e fatos não-jornalísticos. Por conta dessa distinção, há a transformação da relação que se decide estabelecer com a realidade, tornado o “jornalístico” uma característica intrínseca do real em si. Um exemplo esclarecedor é o fato de, na imensidão territorial brasileira, ocorrerem simultaneamente e sequencialmente deslocamentos, transformações e enunciações, mas nem todas as mudanças no mundo objetivo se tornam notícias, mesmo com o uso da internet, através da qual qualquer um pode divulgar uma notícia de sua localidade. O tempo do jornal no rádio e na TV é curto e o espaço na revista ou no jornal impresso ou digital é pequeno. Um fato noticiado implica que muitos outros deixaram de ser noticiado, não alcançaram o “estatuto” de jornalístico.

Apesar da explanação robusta, Abramo falha na compreensão desse padrão. Fica explicitado pelo autor que apenas os fatos não jornalísticos sofreram o processo de ocultação. Pelo contrário, toda notícia é um produto desse processo. Ao retirar uma mudança no mundo objetivo de sua cotidianidade, o jornalista nela imprime uma extracotidianidade (destaque jornalístico/relevância). Ela deixa o cotidiano para se transformar em notícia, reportagem, coluna, etc.

Assim, ao mesmo tempo, quando ocorre a ocultação, ocorre também a visibilização. Essa ocultação/visibilização pode ser mais ou menos deliberada. O menos significa atribuição de importância ao fato e o mais significa saber da importância do fato e, mesmo assim, ocultá-lo. Segundo Christofolletti (2018, p. 66), este procedimento deixa evidente “o fato de que a notícia nem é veiculada publicamente, ficando retida no limbo das redações, o que impede inclusive sua documentação e registro”.

O segundo padrão, a *fragmentação*, ocorre quando há desvinculação dos fatos de suas consequências e desdobramentos. É um padrão com amplo espectro de oportunidade de ocorrência, visto que acontece nas etapas de planejamento, de coleta e de apuração das informações, bem como nas fases de edição e de elaboração do material final. “A fragmentação da realidade em

aspectos particularizados, a eliminação de uns e a manutenção de outros e a descontextualização dos que permanecem são essenciais, assim, à distorção da realidade e à criação artificial de uma outra realidade” (ABRAMO, 2016, p. 43).

Abramo explica que a fragmentação implica em duas operações básicas: seleção de aspectos e sua descontextualização. Na primeira operação, seleção de aspectos, também se observa um processo de ocultação/visibilização: “o fato é decomposto, atomizado, dividido, em particularidades, ou aspectos do fato, e a imprensa seleciona os que apresentará ou não ao público” (ABRAMO, 2016, p. 42). Dessa seleção, decorre a segunda operação, a descontextualização: o dado, a informação, a declaração, ao serem isolados como particularidades de um fato, “perdem todo o seu significado original e real, para permanecer no limbo, sem significado aparente, ou receber outro significado, diferente e mesmo antagônico ao significado real original” (ABRAMO, 2016, p. 43). Logo, é durante o processo de fragmentação que ocorre a construção de sentido(s), conforme critérios que residem nas decisões, na linha, no projeto do órgão de imprensa, e que são transmitidos, impostos ou adotados pelos jornalistas desse órgão.

Sobre a fragmentação, Christofolletti (2018) pontua que a desvinculação dos fatos de suas consequências ou seus desdobramentos causa efeitos sociais deletérios ao criar uma falsa sensação de que o leitor/ouvinte/telespectador/internauta está se informando sobre algo, quando isso é parcial ou incompleto. Ao público somente é permitido o conhecimento de estilhaços convenientes de uma cena, fato ou personagem.

O terceiro padrão, a *inversão*, funciona para reordenar os aspectos do fato jornalístico, estabelecendo nova sintaxe de importância dos fatos: “o reordenamento das partes, a troca de lugares e de importância dessas partes, a substituição de umas por outras e prossegue, assim, com a destruição da realidade original e a criação artificial da outra realidade” (ABRAMO, 2016, p. 44).

Embora possa acontecer tanto no planejamento das coberturas e das matérias quanto na transcrição das informações, a inversão emerge com mais nitidez nas etapas de preparação/edição e de apresentação final do produto jornalístico. Tal escolha denuncia que nem sempre o aspecto ao qual se atribuiu relevância e importância corresponde de fato ao evento escolhido para ser noticiado. Qualquer aspecto pode ser destacado de uma série e passa a representar o fato em sua integridade e unidade de modo objetivo.

Esse reordenamento dos aspectos de um fato jornalístico em nova sintaxe pode ocorrer de diferentes maneiras. De acordo com Abramo (2016), há quatro modalidades: inversão de relevância dos aspectos; inversão da forma pelo conteúdo; inversão da versão pelo fato (“frasismo” ou “oficialismo”); e inversão da opinião pela informação. A inversão configura-se um processo metonímico: o relevante cede lugar ao irrelevante; o texto passa a ser mais importante que o fato do qual se originou; a versão que dele tem o órgão de imprensa, seja originada no próprio órgão de imprensa, seja adotada ou aceita de alguém, importa mais que o fato em si; o juízo de valor substitui inescrupulosamente o juízo de realidade, respectivamente.

A inversão aproxima-se da fragmentação, pois ambos ocorrem no plano da sintaxe e complementaridade da informação. Todavia, enquanto aquela oferece relatos atomizados, esta reduz tanto as escalas de importância, quanto a lógica linear de seu pleno entendimento, conduzindo os interlocutores a acreditarem em cenários artificialmente construídos ou parcialmente verdadeiros.

O quarto padrão, a *indução*, consiste em levar o interlocutor a crer em um contexto deliberadamente criado e insistentemente apresentado na forma de realidade: “o leitor é induzido a ver o mundo como ele não é, mas sim como querem que ele o veja” (ABRAMO, 2016, p. 49 – grifos do autor). Assim, explica-a Abramo,

a hábil combinação dos casos, dos momentos, das formas e dos graus de distorção da realidade submete, no geral e no seu conjunto, a população à condição de ser excluída da possibilidade de ver e

compreender a realidade real e a consumir uma outra realidade, artificialmente inventada (ABRAMO, 2016, p. 44).

Acrescenta o autor que

Depois de distorcida, retorcida e recuada ficcionalmente, a realidade é ainda assim dividida pela imprensa em realidade do campo do Bem e realidade do campo do Mal, e o leitor/espectador é induzido a acreditar não só que seja assim, mas que assim será eternamente, sem possibilidade de mudança (ABRAMO, 2016, p. 50).

Além dos padrões mencionados, Abramo lista um último padrão que ele vincula especificamente aos meios de comunicação de rádio e televisão: *padrão global* ou *padrão específico do jornalismo de televisão e rádio*. Para o autor, tal padrão se conjuga pelo alinhamento de três momentos para uma narrativa: primeiro, expõe-se o fato (imagens do evento são apresentadas amparadas por textos lidos ou falados); na sequência, a sociedade fala (personagens envolvidos apresentam seus testemunhos, suas dores e alegrias, seus apoios e críticas, suas queixas e propostas); e por último, a solução é apresentada por uma autoridade (“autoridade tranquiliza o povo, desestimula qualquer ação autônoma e independente do povo, mantém a autoridade e a ordem, submete o povo ao controle dela, autoridade”) (ABRAMO, 2016, p. 49 – grifos do autor).

Na visão de Abramo, a manipulação reside no fato de se fazer acreditar que os problemas só podem ser resolvidos na esfera dos poderes constituídos e nunca a partir de uma sociedade civil organizada ou movimentações cidadãs. Por essa razão cabe ressaltar que esse padrão se apropria de traços de um dos extremos da inversão da versão pelo fato: o oficialismo. A solução apresentada pela(s) autoridade(s) sempre vale mais do que as soluções apresentadas pelos personagens envolvidos nos fatos, que passam a ser destituídos de qualquer forma de autoridade. Assim, corroborando as palavras de Abramo (2016, p. 46), posso dizer que

o oficialismo presente na composição do padrão global também se transforma em autoritarismo.

Passadas três décadas do ensaio original, Rogério Christofoletti (2018), em “Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois”, passa em revista as contribuições de Perseu Abramo, considerando que, com exceção do padrão global, “os tipos de manipulação mencionados por Abramo [...] são propostas robustas e observáveis ainda hoje” (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 69). A estes, ele acrescenta, a título de contribuição, outros três padrões, os quais denomina de padrões adicionais de manipulação: 1) abrandamento; 2) escamoteamento e; 3) embaralhamento.

O primeiro padrão, o *abrandamento*, compreende um conjunto de estratégias discursivas ou de enunciação com a finalidade de atenuar títulos ou textos, esvaziando parte da contundência de fatos ou de declarações. Adota-se uma linguagem moderada, flexível e amenizadora, ou seja, um tom técnico, frio e distanciado. A manipulação acontece tanto na edição do material bruto das matérias quanto nas formas de embalagem e apresentação final do produto jornalístico. Resultam da aplicação das estratégias de abrandamento enunciados pautados pelo eufemismo, pela suavização em detrimento da contundência.

O segundo padrão, o *escamoteamento*, apresenta semelhanças com o padrão de ocultação, porém tem regras e contornos próprios. Se este visa produzir um efeito de invisibilidade à medida que impede sua cobertura ou acompanhamento, aquele funciona em relatos/notícias que foram produzidos para circular: quando não é possível ignorar por completo um fato a ser relatado, “faz-se a cobertura com o cuidado de cercar os sentidos, deliberadamente esquecendo[-se de] dados, de personagens ou de outros detalhes mais sensíveis ou inconvenientes, mas que são minimamente importantes para a compreensão daquele relato” (CHRISTOFOLETTI, 2018, p. 71). Há a ocultação de informações de modo parcial e não integral, impedindo um maior detalhamento do acontecimento.

Se nos atentarmos cuidadosamente aos padrões apresentados por Abramo, vamos perceber que o escamoteamento apresentado por Christofolletti assemelha-se muito a uma das operações da estratégia de fragmentação – a seleção dos aspectos: após decompor, atomizar, dividir o fato, em particularidades, ou aspectos do fato, a imprensa seleciona os que apresentará ou não ao público. A retirada de dados, de personagens ou de outros detalhes mais sensíveis ou inconvenientes põe em evidência que estes foram identificados e catalogados durante o processo de seleção, mas que, diante da gravidade de sua presença na composição do discurso jornalístico, precisou-se ocultá-los.

O terceiro e último tipo adicional de manipulação apresentado por Christofolletti, o *embaralhamento*, caracteriza-se por um conjunto de estratégias redacionais, narrativas ou estéticas com o objetivo de confundir e desorientar o interlocutor, levando-o a outros entendimentos e sentidos, distantes dos originais. Presente nas etapas jornalísticas de edição e apresentação do resultado final, ele opera em função de outro padrão, o da indução, podendo-se considerar que aquele dá suporte a este, porque o sustenta e lhe facilita a ocorrência. Depende da astúcia e da criatividade de redatores e editores, pondo em evidência um grande desapego pela fidelidade aos fatos.

Logo, a assimilação do espaço, do tempo, e do sujeito histórico que se revela neles, decorre do processo de manipulação da informação, durante o qual o jornalista promove a ocultação de fatos, visibilizando outros, que serão submetidos à fragmentação, à inversão, à indução, ao abrandamento, ao escamoteamento, ao embaralhamento e/ou ao padrão global. Ou seja, nem todo fato é refletido no espelho da imprensa e aquele que é refletido perde atributos, como acontece com a Medusa no mito de Perseu. O resultado é uma unidade discursiva temática e estilístico-composicional, que contribui para diferenciar um enunciado de outros enunciados, como ocorre com a notícia, mas também para controlar o que deve ser noticiado e como deve ser noticiado.

A unidade do discurso na notícia

A notícia se configura, então, como um tipo relativamente estável de enunciado (unidade real e concreta da comunicação discursiva), disponível na cultura, e pode ser definida não somente “por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional” (BAKHTIN, 2010b, p. 261).

Por seu conteúdo, o discurso do noticiador constrói-se no campo da linguagem jornalística normal, daquilo considerado habitual no horizonte jornalístico, pois procura dar conta das seguintes temáticas: deslocamentos, transformações e enunciações. Ou seja, procura dar conta das mudanças no mundo objetivo.

Fazendo uso dos exemplos listados por Lage (2004, p. 30-31), é-me possível apresentar a seguinte caracterização para as referidas temáticas. Na primeira, são noticiados eventos decorrentes de ações como partir, embarcar, levar, correr, andar, contornar, navegar, voar, pousar, aproximar-se, chegar, bem como é recoberto o sentido de verbos benefactivos, como dar, doar, receber, entregar etc. Na segunda, focaliza-se o tipo de transformação que se processa: fazer, forjar, erguer, construir, compactar, matar, incluindo-se também morrer, verbo de processo, em que o sujeito não é agente, mas paciente da ação. Na terceira e última, encontram-se os eventos relativos aos discursos proferidos por alguém, dando ênfase às ações de dizer, transmitir, afirmar, negar, mandar, acrescentar, conclamar, telegrafar, escrever etc.

Uma vez tematizada, o jornalista procura orientar sua palavra, bem como o horizonte que a determina, em direção ao horizonte de seu interlocutor que a compreende, e entra em relações dialógicas com elementos deste horizonte. Para tanto, faz-se preciso abrir caminho para o horizonte alheio do ouvinte/leitor, construindo sua enunciação em território do outro, isto é, no campo aperceptivo de seu interlocutor. Através da forma discursiva escolhida, ali constrói

sua réplica [enunciado como resposta a outro(s) enunciado(s)] ao selecionar os recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua.

Sobre esse processo, Volóchinov (2018) pontua que

O enunciado se forma entre dois indivíduos socialmente organizados. [...] A palavra é orientada para o interlocutor, ou seja, é orientada para quem é esse interlocutor: se ele é integrante ou não do mesmo grupo social, se ele se encontra em uma posição superior ou inferior em relação ao interlocutor (em termos hierárquicos), se ele tem ou não laços sociais mais estreitos com o falante (pai, irmão, marido etc.) (VOLÓCHINOV, 2018, p. 204-205).

Essa construção é garantida porque a notícia apresenta uma forma relativamente estável disponível no campo jornalístico, fruto das transformações sofridas por esse gênero. Como foi mencionado, uma notícia deve apresentar manchete, lide e documentação, podendo ser enriquecida por imagens. Cada um desses elementos denuncia a existência de outros gêneros dos discursos em sua composição. Portanto, ela é um gênero secundário, um discurso constituído a partir da hierarquização de formas básicas de enunciação, denominadas por Bakhtin de gêneros primários – unidades da comunicação discursiva que se opõem aos gêneros secundários ou complexos (BAKHTIN, 2016, p. 15).

Desse modo, procuro me contrapor ao entendimento segundo o qual “A notícia talvez seja o subgênero mais estrito do jornalismo – mais do que a nota, a reportagem ou a entrevista –, não admitindo interferência de outros gêneros como, por exemplo, o comentário (JORGE, 2007, p. 113). Para Jorge, por ser a notícia “a base dos jornalismo que se praticam nos diferentes veículos”, ela apenas admitiria a interferências de imagens visuais.

O primeiro gênero hierarquizado na unidade composicional da notícia, a manchete [Do fran. *manchette*], tem origem nas anotações manuscritas que o leitor fazia nas margens, direita ou esquerda, de um livro, para destacar temas importantes. Posteriormente, ao ser incorporada ao campo jornalístico, a palavra

passou a designar o título, em letras garrafais, de notícia de grande destaque, com o objetivo de chamar a atenção dos leitores.

Por se referir apenas ao título mais importante, que ocupa a primeira página, o termo manchete poderá ter um uso restrito para alguns autores, a exemplo de Erbolato (2004), que a define como o título principal de um jornal ou de uma página, vem sempre no alto da página, ocupando toda a extensão horizontal. Corroboram com esse entendimento Faria e Zanchetta Jr. (2007, p.12), para quem “quanto mais importante a notícia, mais destacado será o seu título”.

Todavia, entendo o referido gênero como o título de toda e qualquer notícia, sendo ele, nas palavras de Lennie Bertoque (2010, p. 65), em A funcionalidade de construções de voz em títulos de notícia e em manchetes de jornais impressos, “a síntese precisa da informação mais relevante da notícia e deve[ndo] ressaltar o aspecto mais específico do assunto, não o mais geral”. Essa síntese, segundo Lage (2004, p. 61), pode-se apresentar sob a forma de “palavra, locução ou frase em corpo maior que identifica a matéria”.

Sua elaboração pode variar de jornal para jornal. O Novo manual de redação do Jornal Folha de São Paulo (1992, p. 168) traz as seguintes recomendações para a elaboração do título de notícias:

Nos textos noticiosos, o título deve, em geral:

- a) Conter verbo, de preferência na voz ativa;
- b) Estar no tempo presente, exceto quando o texto se referir a fatos distantes no futuro ou no passado;
- c) Empregar siglas com comedimento.

Embora cada jornal estabeleça suas próprias regras para padronização da manchete, como o faz a Folha de São Paulo, entendo a manchete como palavra(s), locução(oes) ou frase(s), que integra(m) o corpo da notícia como título. Este nomeia a notícia, especificando-a em relação às outras notícias e aos demais gêneros presentes na edição de um jornal.

Ela pode vir acompanhada de outros títulos que a complementam, ou melhor, desdobram a informação divulgada (LAGE, 2006b:68), a saber, o “antetítulo” (ou “sobretítulo”) e o “subtítulo”. O primeiro, também conhecido por cartola, foi definido por Lage (2004, p. 54) como “palavra, expressão ou frase que, no jornalismo impresso, é colocada antes ou acima do título da matéria, para introduzi-la e complementá-la”. O segundo, conforme Faria e Zanchetta Jr. (2007, p. 12) constitui-se uma palavra, expressão ou frase posta abaixo da manchete com as mesmas características do antetítulo. É também conhecida por linha fina, título voltado para causar um efeito de sentido conforme o público que pretende atingir. Pela presença da cartola, do título principal e da linha fina, Faria (2001, p. 26) compreende a manchete como: “uma variedade dos títulos”. Logo, a manchete, acompanhada ou não de outros títulos, é um gênero primário, que antecede o lide.

O lide [Do ing. *lead*; Do lat. *incipit*] é o segundo gênero hierarquizado a integrar a unidade composicional da notícia. Segundo Lage (2004, p. 26), ele é a primeira proposição de uma notícia radiofônica, o texto lido pelo apresentador ou a cabeça do repórter (quando ele aparece falando) no início de uma notícia em televisão. Deve organizar-se em resposta aos seguintes questionamentos do Cinco W (acrônimo de origem inglesa, que representa as principais perguntas que devem ser feitas e respondidas ao investigar e relatar um fato ou situação: “o que aconteceu”, “onde aconteceu”, “quando aconteceu”, “quem era(m) o(s) envolvido(s)” e “por que aconteceu”).

Como uma prévia do fato a ser noticiado, o gênero passa a integrar a arquitetura da notícia primeiro nos Estados Unidos da América (EUA) e depois no Brasil. Os jornalistas que cobriam a Guerra Secessão (1861-1865) enfrentavam sérios problemas para noticiar, pois existiam poucas linhas de telégrafo para fazer a transmissão das notícias. Era transmitido um parágrafo de cada matéria por vez, até completar a notícia. Por esse motivo, na prática foi se impondo a exigência de ser sucinto e direto na transmissão

das informações para que a informação mais importante fosse passada primeiro. Dessa forma, o fato principal que era informado por último na notícia passa ao início do discurso. “Havia nascido a pirâmide invertida” (FONTCUBERTA, 1980, p. 21).

No Brasil, o lide foi introduzido por volta de 1950, trazida pelas agências de notícias norte-americanas. Essa introdução dá origem a estruturação do discurso jornalístico segundo a técnica da Pirâmide Invertida: técnica de hierarquização dos fatos conforme uma ordem decrescente de relevância. De acordo com Jorge (2006), em oposição ao relato em ordem cronológica, o sistema da pirâmide assenta-se sobre o tripé: a) base é o lide, porque introduz o assunto; b) corpo, onde se trata do tema proposto - é o desenvolvimento da matéria e; c) fecho é cume da pirâmide, que pode ser um decréscimo das informações, em importância, ou um dado futuro, obrigando o leitor a seguir o assunto em outra ocasião.

A proposição clássica do lide, segundo Lage (2004, p. 31), está nucleada em um verbo (SV) ou locução verbal (LV) com seu(s) possível(is) complementos (LN2 e/ou kLN3) e contém um sujeito (SN1), bem como quatro ou cinco circunstâncias (SC1, SC2, SC3, SC4 ou SC5), duas das quais, as de tempo e espaço (explícitas ou implícitas), são obrigatórias em proposições relativas a qualquer evento. Essa proposição obedece a seguinte regra: não se começa pelo verbo; começa-se pelo sintagma nominal ou circunstancial mais importante (LAGE, 2004, p. 31).

O lide deve começar pelo elemento que sequer dar destaque. Segundo Bonini (2002, p. 80), expor as informações em ordem decrescente “é um modo de seduzir o leitor – mostrando-lhe o que é mais interessante, à primeira vista -, um modo de lhe facilitar a leitura (...) e um modo de facilitar a diagramação do jornal – já que as informações do pé do texto podem ser facilmente cortadas pelo editor”. Tal escolha denuncia que “Nem sempre a informação principal – o fato mais destacado de uma série, que é aquele a que se reporta o lead – resume a matéria. A origem do lead é a fala informativa corrente...” (LAGE, 2005 apud SCHMITT et. al, 2005, p. 05).

Por conta dessa escolha, na construção do lide, pode-se optar pela voz ativa (agente na posição de sujeito) ou voz passiva (o objeto da ação na posição de sujeito). Lage (2004, p. 32) pontua que, quando o interesse maior recai sobre o objeto indireto (kLN3), a solução é, em geral, semântica: recorre-se ao verbo que guarda relação de antonímia recíproca com o da primeira formulação, a exemplo de dar e receber. Todavia, acrescenta ele que “A necessidade de ordenar a frase a partir da notação mais importante é tão imperiosa que levou, na prática, à subversão de algumas regras sintáticas aplicadas a verbos de regência indireta, como assistir (no sentido de quem assiste a um espetáculo)” (LAGE, 2004, p. 32). O verbo assistir teve sua regência modificada, aceitando-se o objeto na função de sujeito nas construções passivas: há a remoção da preposição em um processo inverso ao caso do objeto direto preposicionado, como é percebido nesse exemplo apresentado por Lage (2004, p. 32): “O espetáculo foi assistido...”.

Ocorre a possibilidade de também o interesse maior recair sobre um dos sintagmas circunstanciais, que tecnicamente passa de interno para externo, ao ser anteposto. Ou também ser possível a substituição da preposição que estabelece a relação circunstancial por um verbo relacional, como causou, provocou, resultou, a exemplo da construção “O emperramento de uma comporta na barragem de Mato Seco provocou a inundação de 1 200 hectares de plantações no município pernambucano de Exu, de anteontem para ontem” (LAGE, 2004, p. 33).

Já o verbo central do lide, aquele que informa sobre o deslocamento, sobre a transformação ou sobre a enunciação, é perfectivo: está flexionado no pretérito perfeito ou no futuro. Todavia, segundo Lage (2004, p. 28) pode muito raramente ser flexionado no presente, mesmo na narrativa concomitante de um repórter no rádio ou na televisão, quando se costuma modular o verbo por outro ou por um advérbio (...acaba de cair a chuva; ...derruba o adversário agora).

Esse nucleamento apresenta-se no primeiro parágrafo, pondo em destaque uma das informações básicas sobre o conteúdo.

Entretanto, o jornalista tem a opção também de colocar parte da informação em um sublide, que representa o segundo parágrafo do assunto noticiado. Seja em um ou dois parágrafos, ele expressa a função das linhas iniciais de uma matéria, no intuito de atrair o leitor e conduzi-lo aos demais parágrafos, que correspondem ao terceiro gênero a integrar a arquitetura da notícia – a documentação.

A respeito da documentação [Do lat. *documentatio*], também nomeada corpo da notícia ou relato jornalístico, Marise Rodrigues Guedes e Maria D’Ajuda Alomba Ribeiro (2016, p. 126) explicam que é o “momento em que se dá uma descrição mais detalhada dos fatos ocorridos e se explana a informação propriamente dita”. Esse momento identificado pelas autoras é definido por Lage (2004, p. 27) como “complemento do lide, que detalha e acrescenta informações sobre a ação verbal em si, os sintagmas nominais, os sintagmas circunstanciais ou quaisquer de seus componentes”, ou seja, “proposições adicionais sobre cada um desses termos”. Acrescenta o autor: “detalhamento de personagens, ambiente e circunstâncias que corresponde a um lead noticioso. Série de dados alinhados para exemplificar ou comprovar a afirmação feita em tópico frasal. Fatos que exemplificam ou materializam a avaliação feita em tópico frasal” (LAGE, 2004, p. 57).

Van Dijk (2004) apresenta um excelente detalhamento do gênero. Segundo o autor, esse relato jornalístico se organiza em torno do episódio (eventos principal e secundários e suas consequências) e dos comentários (possíveis expectativas e avaliações). Há a descrição do evento principal, que é propriamente a notícia, seguido de todos os eventos descritos como tendo sido causados por ele e possíveis reações verbais (citações dos entrevistados presentes no discurso). A esta descrição, acrescentam-se conclusões, expectativas, especulações e outras informações sobre o(s) evento(s) no final da notícia, mas sua presença não é uma exigência categórica.

Um *background* também pode fazer parte da composição, contendo outras informações que não fazem parte do evento

noticioso atual, tais como: história (eventos do passado e do presente), eventos específicos (acontecimentos que precedem o evento principal, podendo ser tomados como uma causa ou condição direta) e contextualização (sistemática da informação sobre a situação atual na qual o evento principal é elemento significativo).

A presença do relato jornalístico na composição da notícia remonta à origem do gênero. Como mencionado, a notícia era, antes da incorporação do lide, escrita sob a forma de comentários. Combinavam-se interpretação e informação, para se criar um suspense a fim de que o leitor se interessasse pelo fato principal a ser revelado ao final da exposição. Com a invenção do telégrafo e seu uso durante a Guerra de Secessão, quando se passou a condensar as informações mais importantes nos primeiros parágrafos, o comentário passou para segundo plano enquanto um componente acessório da estrutura da pirâmide invertida, visto que o lide seria a razão de ser dessa estrutura.

Assim, segundo entendimento corrente na literatura, o terceiro gênero hierarquizado na composição da notícia é o menos importante, visto que, a exemplo de van Dijk (2003), encontramos o resumo (ou a introdução da notícia) sumarizado na manchete e no lide, funcionando ambas como uma expressão direta da macroestrutura discursiva.

Há uma dupla tentativa: a de prender a atenção do leitor e a de controlar a recepção, que podem ser frustradas. Deve-se levar em consideração que o relato jornalístico presente na documentação se constitui o elemento mais importante da notícia, pois, quando o interlocutor deixa de acessá-lo, pode-se evidenciar que tanto a manchete quanto o lide não cumpriram seu papel: instigar o leitor a prosseguir na leitura. Corroborar nesse sentido a observação de Adelmo Genro (1987, p. 45), para quem o lide da pirâmide invertida é uma estrutura pela qual o leitor informa-se brevemente e não pergunta pelas circunstâncias dos fatos, ou seja, “não foi planejada para chamar o leitor à reflexão”.

Acrescenta-se também que, como o lide apresenta o “fato que se julga mais importante”, o leitor deixa de ter conhecimento de outras informações presentes na documentação ou mesmo tem seu poder de escolha e de seleção limitado. A esse respeito, van Dijk (2003) ressalta que o leitor pode eleger, na leitura de uma notícia, determinadas informações mais importantes ou relevantes para ele por conta do modelo cognitivo pessoal, isto é, por conta da representação mental na memória, da cognição de um evento, de uma situação. Em outras palavras, o leitor organiza o processo de leitura, compreensão e interpretação do discurso além de prever algumas informações supostamente relatadas no texto.

Além da manchete, do lide e da documentação, a composição da notícia pode ser enriquecida também por gêneros visuais: fotos e vídeos principalmente. A imagem, para Lages (2004, p. 25), íntegra a notícia, como forma de ilustrar o fato relatado. Todavia, mais do que simplesmente enfeitar o discurso, tanto a fotografia quanto o vídeo buscam comprovar que o relato corresponde à realidade ao registrar a informação da maneira mais clara e objetiva possível, buscando combinar o olhar crítico e caráter informativo do jornalismo com técnicas de fotografia e documentário e a capacidade descritiva das imagens. Se por um lado, a fotografia permite que o fato relatado ganhe vida, cor e rosto e, por isso, contribuem para a construção do sentido; por outro, o vídeo se apresenta como registo e documento sobre o fato. Nesse sentido, na notícia e, de modo geral, no jornal, a imagem, em movimento ou não, funciona como elo entre o acontecimento e o leitor, permitindo-lhe testemunhar a cena e, de algum modo, o fato que ali ocorreu ou presenciá-lo tardiamente. Ela não é um “complemento”, mas sim um componente do enunciado.

Diante do exposto, posso responder ao questionamento levantado por Maria da Conceição Fonseca-Silva e Jorge Viana Santos (2004), em “Notícia de jornal impresso e a relação entre a linguagem verbal e não verbal”: “as fotos instauram um texto à parte, evidenciando que as imagens no jornal, ao lado da própria diagramação, constituem um plano discursivo autônomo com

relação ao plano verbal?”. Não. Assim como os gêneros verbais, as imagens perdem o vínculo imediato com as situações de enunciação que “as criaram” para gerar uma outra situação de enunciação, dando corpo à notícia e a ela se subordinando. Se o vínculo permanecesse, a unidade da notícia enquanto gênero estaria comprometida.

Por conta da incorporação de fotos e vídeos na composição da notícia, outro gênero pode ser hierarquizado na arquitetura deste gênero jornalístico, a saber: a legenda [Do lat. *legenda*]. Fonseca-Silva e Santos (2004, p. 03) assim a definem “uma materialidade que, geralmente, apresenta uma estrutura paralela à da notícia, preocupando-se em especificar dados ligados ao acontecimento, referindo elementos de um lide”. Todavia, embora seja uma verbalização, ela não pode apresentar uma estrutura paralela à da notícia, mas sim a esta se subordina.

A legenda é um letreiro com informações que comentam ou ajudam a compreender, identificar ou interpretar uma foto ou um vídeo, ou seja, “o que deve ser lido” conforme a etimologia da palavra. Aparece abaixo ou ao lado ou, raramente acima, da imagem, bem como a ela se sobrepõe, para identificá-la, contextualizá-la, e acrescentar-lhe informações a partir dos dados presentes nos outros gêneros.

Diante do exposto, posso definir a notícia, segundo sua construção composicional, como um gênero secundário, porque incorpora e hierarquiza a manchete, o lide e a documentação, bem como imagens, vídeos e legenda, subordinando-os à sua unidade e deles se distinguindo. Ao incorporá-los e hierarquizá-los, a notícia os obriga a perder o vínculo com a realidade, transformando-os em suas unidades estilístico-composicionais nas quais ela costuma se decompor. Por fim, do ponto de vista estilístico-conteudístico, ela seleciona recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais possíveis no registro coloquial e, ao mesmo tempo, aceitos no registro formal, para tematizar momentos do mundo objetivo (deslocamentos, transformações e enunciações) no passado ou no futuro, e raramente no presente. Em síntese, a notícia é um gênero

jornalístico complexo sobre momentos do mundo objetivo em linguagem coloquial aceita no registro formal. Nela, são assimilados jornalisticamente um espaço, um tempo e um sujeito histórico neles revelado.

O uso da palavra em notícias postadas no ambiente virtual

Uma vez identificadas as unidades conteudística, estilística e composicional da notícia e identificadas e descritas as formas de assimilação do espaço, do tempo e do sujeito histórico no discurso jornalístico, analiso duas notícias publicadas em sites da Internet. A seleção dos referidos enunciados jornalísticos não obedece a critérios rigorosos, pois foram selecionados porque chamaram minha atenção quando navegava pela internet, provocando em mim a curiosidade de saber mais sobre o tema ali tratado. Dessa forma, posso dizer que o critério foi o de provocar uma quebra significativa em minhas expectativas, criadas a partir da leitura das manchetes.

A primeira notícia foi postada por Ana Raquel Lelles (2022), repórter do portal de notícias Metrôpoles, na seção “Eleições 2022” do caderno “Política” do jornal Estado de Minas, em 24 de março de 2022 e traz a seguinte manchete: “Ator de Hulk pede registro de eleitor ‘para derrotar Bolsonaro’”. Além da manchete, estão presentes em sua composição uma linha fina (subtítulo), uma fotografia de Jair Bolsonaro e outra de Mark Ruffalo, o lide, a documentação. Logo, do ponto de vista temático, a notícia aborda um discurso proferido: um pedido.

A situação de enunciação do pedido configurou-se pela baixa adesão dos jovens eleitores brasileiros em participar das eleições. Segundo informações fornecidas por Roseane D’Agostinho (2022), em “Com baixa adesão, TSE mobiliza redes para estimular voto dos jovens nas eleições”, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) promoveu a campanha “Semana do Eleitor Jovem” em suas redes sociais a fim de estimular a inscrição dos jovens para as eleições gerais de outubro de 2022. Na época, dados da Justiça Eleitoral informavam que apenas 731 mil jovens de 16 e 17 anos haviam se inscrito até

fevereiro de 2022 para votar, ou seja, menos de 10% da população brasileira nessa faixa etária.

A campanha ocorreu entre os dias 14 a 18 de março de 2022, conseguindo quase 100 mil novos eleitores. Todavia, a adesão foi considerada baixa, visto que, somados aos títulos emitidos até então, “pouco mais de 830 mil jovens entre 16 e 17 anos têm o título de eleitor, segundo a Justiça Eleitoral” (D’AGOSTINHO, 2022). Foi considerada baixa quando comparada à emissão de títulos para jovens entre 16 e 17 nas eleições de 2018, que foi de 1,4 milhões. Acrescenta a D’Agostinho que “O engajamento dessa faixa etária no país é o menor já registrado desde quando começou esse tipo de acompanhamento, há 30 anos” (D’AGOSTINHO, 2022).

Em face dos resultados inexpressivos, personalidades brasileiras como Anitta, Juliette, Larissa Manoela, Luíza Sonza, Whindersson Nunes e Zeca Pagodinho passaram a incentivar, em suas redes sociais, a inscrição de jovens como eleitores, pois o prazo findaria em 04 de maio de 2022. E é a essa plêiade que vem se juntar Mark Ruffalo, conhecido por interpretar o super-herói Hulk na franquia de filmes da Marvel. Ao compartilhar uma mensagem de Anitta, o ator enfatizou que os eleitores americanos mais jovens foram cruciais para derrota de Donald Trump e que Jair Bolsonaro poderia também ser derrotado. O endosso de artistas à campanha parece ter surtido efeito, pois, de acordo com dados apresentados pelo TSE, 2,1 milhões eleitores jovens que votariam em 2022 fizeram cadastro na Justiça Eleitoral nos quatro primeiros meses deste ano, graças a campanhas promovidas para incentivá-los a tirarem o título.

Sem o conhecimento da situação de enunciação, a manchete sugere que o referido ator está querendo tirar o título de eleitor brasileiro para poder votar nas eleições de 2022, com a finalidade de derrotar o candidato Jair Bolsonaro. A linha fina reforça esta sugestão, porque faz uma analogia com as eleições ocorridas nos Estados Unidos, da qual Ruffalo participou como eleitor e cujo resultado foi a derrota de Donald Trump: “Mark Ruffalo citou a derrota de Donald Trump, ex-presidente do Estados Unidos, nas

eleições presidenciais de 2020 como um exemplo para ser seguido no Brasil” (LELLES, 2022).

A expectativa criada começa a ser desfeita quando o leitor toma conhecimento do lide, onde encontra a seguinte informação: “pediu para seus seguidores de 16 e 17 anos para tirarem o título de eleitor e “derrotar” o presidente Jair Bolsonaro (PL) nas eleições presidenciais deste ano” (LELLES, 2022). O pedido de Ruffalo não é feito ao TSE, mas sim aos seus seguidores de 16 e 17 anos, para que estes tirassem o título para votar nas Eleições Gerais de 2022.

Lelles (2022) usa como estratégia para atrair a atenção do leitor a omissão de aspectos do fato a ser noticiado. A jornalista omite intencionalmente o objeto indireto exigido pelo verbo “pedir”, gerando a possibilidade de construção de um outro sentido. Isso foi possível porque o referido verbo aceita dois tipos de transitividade, uma direta e outra indireta. O uso de um deles pode ser facultativo em algumas construções fraseológicas, aparecendo apenas um ou outro. Assim, Lelles deixa a responsabilidade de preencher a informação ausente ao seu parceiro de diálogo, o leitor, permitindo que este construa outros sentidos. Estes podem ser interpretados no campo de outros enunciados concretos sobre o mesmo tema, a exemplo das eleições americanas das quais Ruffalo participou como eleitor. Como vemos, essas interpretações complexificam o caminho de qualquer discurso na direção do seu objeto, fazendo com que a recepção seja um esforço em compreender o uso da palavra.

Essa omissão denuncia o uso da fragmentação, pois observa-se que o fato noticiado foi decomposto, atomizado, dividido em aspectos e a jornalista, após seleção desses aspectos, apresentou ao público parte das informações. Embora o aspecto ausente não denote gravidade, houve o escamoteamento de um dos aspectos da informação. Além da seleção, ocorreu também a descontextualização, visto que ela não apresenta o fato fazendo referência à situação de enunciação: a campanha do TSE para motivar os jovens eleitores de 16 e 17 anos, bem como o endosso de celebridades à referida campanha. Conforme pode ser percebido na manchete da notícia postada na seção “Notícia” do site do Terra

em 25 de março de 2022, Lelles não referenciou o pedido de Rufallo à situação de enunciação: “Ator que faz o Hulk endossa campanha do TSE por título de eleitor” (TERRA NOTÍCIAS, 2022).

Ao dar visibilidade tão somente ao endosso do ator americano, Mark Rufallo, à campanha promovida pelo TSE, Lelles também fez uso da ocultação. Vimos que personalidades brasileiras como Anitta, Juliette, Larissa Manoela, Luíza Sonza, Whindersson Nunes e Zeca Pagodinho passaram a incentivar, em suas redes sociais, a inscrição de jovens como eleitores, mas apenas o “pedido” de Rufallo ganhou status de fato jornalístico. E, quando promove a visibilidade do pedido de Rufallo, a faz sugerindo que o ator queria a emissão de título para poder voltar nas eleições brasileiras de 2022.

Por fim, é possível também identificar a indução como estratégia da jornalista, visto que a notícia foi replicada em outros periódicos, a exemplo do Correio Brasiliense, acrescentando ao enunciado original um print do Tweet (agora denominado X) de Rufallo com uma postagem da cantora Anitta. A onipresença do enunciado de Lelles, a insistência da reprodução nas publicações concorrentes gerou um efeito massivo para indução dos públicos, de forma a alimentar algo que não condiz com o fato, mas sua onipresença reforça a sensação de veracidade, de correspondência com a realidade.

No diálogo com Abramo (2016, p. 50), poso afirmar que a investida desse conjunto de operadores dos processos de comunicação para ampliar a divulgação da notícia postada por Lelles induz o leitor a acreditar em uma afirmação e sua reprodução em diferentes periódicos repete a notícia com tanta insistência, que a sensação criada é a de que aquilo é fiel e verdadeiro aos fatos, já que está em todas as partes. Como explica o referido autor,

A indução se manifesta pelo reordenamento ou recontextualização dos fragmentos da realidade, pelo subtexto – aquilo que é dito sem ser falado – da diagramação e da programação, das manchetes, notícias e comentários, sons e imagens, pela presença/ausência de

temas, segmentos do real, de grupos da sociedade e de personagens (ABRAMO, 2016, p. 50).

A segunda notícia foi postada por Larissa Santos (2022) no blog de Aaron Tura, em 01 de julho de 2022 e traz a seguinte manchete: “Tadeu em Pantanal, José Loreto solta o verbo e expõe rejeição de Marcos Palmeira em gravações”. Além da manchete, estão presentes na composição do referido enunciado jornalístico uma linha fina (subtítulo), uma fotografia de José Leôncio (interpretado por Marcos Palmeira) e outra de Tadeu (interpretado por José Loreto), o lide, a documentação com falas de José Loreto. Logo, do ponto de vista temático, essa notícia também aborda um discurso proferido: uma queixa.

A situação de enunciação da queixa configurou-se pela exibição do remake da novela Pantanal, de Benedito Ruy Barbosa, pela Rede Globo em cento e sessenta e sete capítulos entre 28 de março a 07 de outubro de 2022. Na trama adaptada por Bruno Luperi, neto de Benedito Ruy Barbosa, José Loreto era Tadeu, um dos filhos de José Leôncio, a quem este daria a sela de prata que pertenceu a Joventino Leôncio (interpretado por Irandhir Santos e por Osmar Prado nas duas fases da novela), pai de José Leôncio, caso o filho de Filó (interpretada por Dira Paes) vencesse o desafio proposto também a Jove (Joventino Novaes Leôncio - interpretado por Jesuíta Barbosa) e José Lucas do Nada (interpretado por Irandhir Santos). A relação entre Tadeu e José Leôncio é atribulada, visto que este não demonstra o mesmo carinho que tem por Jove ou mesmo por José Lucas do Nada. Há uma visível rejeição de José Leôncio em relação ao filho Tadeu.

Todavia, a manchete da notícia postada por Santos (2022) sugere a existência de um conflito entre Marcos Palmeira e José Loreto. A linha fina reproduz parte do lide e reforça esse entendimento: “Intérprete de Tadeu em Pantanal, José Loreto revelou que Marcos Palmeira, o José Leôncio, sequer lhe dá atenção nas gravações da novela. A rejeição, no entanto, é celebrada pelo ator...” (SANTOS, 2022).

Desentendimentos entre atores durante as gravações não só de novelas, mas também de séries e filmes, já serviram de matéria para o discurso jornalístico. Contudo, a existência de conflito nos sets de gravação da novela *Pantanal* foi nulo, ou se aconteceram conflitos não viraram objeto de notícias. A mídia fazia questão de divulgar o entrosamento entre os atores e o clima de paz durante o período de gravação da novela, a exemplo da manchete da notícia postada na seção “Televisão” do caderno *Cultura* do *Jornal Estado de Minas* no dia 04 de outubro de 2022: “Atores se despedem de 'Pantanal', destacando o entrosamento do elenco” (CULTURA/ESTADO DE MINAS, 2022). A linha final traz informações que reforçam a ausência de conflito entre os atores da novela: “Guito, Camila Morgado e Marcos Palmeira dizem ter a sensação de dever cumprido. Atriz revela que é raridade uma equipe assim: 'A gente conta nos dedos'” (ESTADO DE MINAS, 2022).

O entrosamento que prevaleceu, do começo ao fim das gravações da novela, entre os atores ajuda o leitor a abandonar a ideia de conflito. Ele rejeita a querela quando toma ciência de todas as informações do lide: “A rejeição, no entanto, é celebrada pelo ator, já que o público da Globo se solidariza cada vez mais por seu personagem” (SANTOS, 2022). O entendimento de que não há conflito entre os atores e sim entre as personagens no enredo adaptado por Luperi passa a ser reforçado pelas falas de Loreto.

A documentação corrobora para que o mal-entendido seja desfeito. Ela traz trechos da entrevista de José Loreto publicada por Gabriela Antunes na coluna de Patrícia Kogut no jornal *O Globo*, intitulada “José fala da torcida do público de ‘Pantanal’”. Ao dialogar com a entrevista, Santos manipula o conteúdo, não apresentando ao leitor a realidade, a saber: a aceitação da personagem interpretada por José Loreto pelo público da novela. Ela transforma aceitação/afeto do público em relação ao ator José Loreto em rejeição/desafeto entre os atores da novela.

Fica evidente o uso da indução na assimilação do sujeito revelado no tempo e espaço do discurso jornalístico, pois Santos (2022) leva o interlocutor a crer em uma situação deliberadamente

criada e insistentemente apresentada na forma de realidade, a ficção passa a ser apresentada como se realidade fosse. Há a violação do princípio da incoincidência, pois “Arte e vida não são a mesma coisa” (BAKHTIN, 2010, p. XXXIV). No discurso de Santos (2022), arte e realidade quase deixam de se atravessar mutuamente para se apresentar como um único evento. Através da manchete, a jornalista leva o leitor a crer em uma realidade que não existe.

Fica evidente também o uso da inversão da versão pelo fato, visto que houve o reordenamento das partes da entrevista, a troca de lugares dos sujeitos e a substituição das ações por seus antônimos e prossegue, assim, com a destruição da realidade original e a criação artificial de outra realidade. Provoca-se, dessa forma, a aproximação entre a indução e a inversão, pois o fato recebeu outro significado, diferente e mesmo antagônico ao significado real original que constava na entrevista de José Loreto.

Ao dar visibilidade às desavenças entre Tadeu e José Leôncio como se fosse entre José Loreto e Marcos Palmeira, respectivamente, Santos (2022) também fez uso da ocultação. José Leôncio não tinha desavenças apenas com Tadeu, mas também com Jove. Todavia, Tadeu havia caído nas graças do público e, em entrevista, o intérprete havia externalizado sua felicidade e comentado a rejeição de José Leôncio pelo filho. Santos aproveitasse da repercussão da novela para construir seu discurso jornalístico de modo a atrair a atenção do público, dando visibilidade a uma possível desavença entre os atores.

Diante do exposto, apesar de tratarem de fatos distintos, as notícias postadas por Ana Raquel Lelles e Larissa Santos em periódicos digitais apresentam semelhanças. Elas apresentam a mesma temática, enunciações, e, para parafrasear as palavras de Perseu Abramo (2016, p. 39), trazem a marca da essência do procedimento geral do conjunto da produção cotidiana da imprensa: a manipulação da informação.

Considerações finais

A notícia é um gênero jornalístico por excelência, sendo encontrada em diferentes mídias. Sua enunciação em ambientes virtuais provocou não somente o fácil acesso à informação, mas também a dificuldade de acesso, visto a quantidade de notícias e outros discursos produzidos diariamente. A situação de enunciação põe em relevo a tentativa de controle de acesso à informação, pois se verifica a diligência por restringir o que deve ser noticiado e como deve ser noticiado. Ocorre a manipulação da informação.

A análise das notícias postadas na internet por Ana Raquel Lelles e Larissa Santos nos leva a perceber que as jornalistas lançaram mão de diferentes formas de manipulação para atrair a atenção do leitor diante da infinidade de discursos pelos quais este poderia se interessar. Nos dois discursos, observa-se a ocorrência da ocultação, sendo esta uma forma de manipulação comum a todo e qualquer discurso jornalístico, visto que, ao serem transformados em fatos jornalísticos, outros fatos deixaram de ser visibilizados. Observa-se ainda a ocorrência da indução nos dois enunciados: enquanto Santos transforma ficção em realidade, Lelles tem seu discurso reproduzido em outros periódicos, promovendo a amplificação da notícia para induzir o leitor a acreditar em uma afirmação que não se confirma.

Apesar das semelhanças quanto ao uso da ocultação e da indução, os discursos das jornalistas se diferenciam, pois Santos faz também uso da inversão, enquanto Lelles recorre à fragmentação. Por conta dessa distinção, cabe ressaltar que a notícia resulta da combinação de diferentes formas de manipulação, das quais o jornalista fará uso para garantir a atenção de seu interlocutor e permitir a ele o acesso controlado ao fato tornado jornalístico, como também a forma como se terá acesso a essa mudança no mundo objetivo.

As notícias selecionadas para este estudo foram de Lelles e Santos, mas poderiam ser de muitos outros jornalistas. Nelas,

podemos observar a tentativa de tornar a manchete atrativa para o interlocutor, que, curioso diante da informação veiculada, acessa o site para obter mais detalhes. Todavia, o conteúdo das notícias não satisfaz as expectativas do leitor, ou seja, suas previsões sobre algumas informações a serem relatadas no referido gênero jornalístico não são confirmadas. Os enunciados aproximam-se de uma *fake news* sem, contudo, serem notícias falsas.

Referências

- ABRAMO, Perseu. Significado político da manipulação na grande imprensa. ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2. ed. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016, p. 37-69.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética de criação verbal**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.
- BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do romance I: a estilística**. São Paulo: 34, 2015.
- BAKHTIN, Mikhail. **Os gêneros do discurso**. São Paulo: 34, 2016.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**. 6. ed. São Paulo: Summus, 2008.
- BERTOQUE, Lennie Aryete Dias Pereira. **A funcionalidade de construções de voz em títulos de notícia e em manchetes de jornais impressos**. [Dissertação de Mestrado]. Goiânia: Faculdade de Letras da Universidade Federal de Goiás, 2010.
- BONINI, Adair. **Gêneros textuais e cognição**. Um estudo sobre a organização cognitiva da identidade dos textos. Florianópolis: Insular, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. São Paulo: Zahar, 1997.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. **Rumores** [S. l.], v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018. Disponível

em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/144229>.
Acesso em: 14 jan. 2024.

D'AGOSTINHO, Roseane. Com baixa adesão, TSE mobiliza redes para estimular voto dos jovens nas eleições. **G1**. Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/03/25/com-baixa-adesao-tse-mobiliza-redes-para-estimular-voto-dos-jovens-nas-eleicoes.ghtml>> Acessado em 14 de janeiro de 2024.

DOLZ, Joaquim. e SCHNEUWLY, Bernard. Gêneros e progressão em expressão oral e escrita. Elementos para reflexões sobre uma experiência suíça (francófona). DOLZ, Joaquim. e SCHNEUWLY, Bernard. **Gêneros Orais e escritos na escola**. Campinas(SP): Mercado de Letras; 2004.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo**: redação, captação e edição no jornal diário. 5. ed. São Paulo: Ática, 2004.

ESTADO DE MINAS. Atores se despedem de 'Pantanal', destacando o entrosamento do elenco. **Estado de Minas**. Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/cultura/2022/10/04/interna_cultura,1402574/atores-se-despedem-de-pantanal-destacando-o-entrosamento-do-elenco.shtml. Acessado em 26 de agosto de 2023.

FARIA, Maria Alice; ZANCHETTA JR., Juvenal. O jornal na sala de aula. 11. ed. São Paulo: Contexto, 2007.

FARIA, Maria Alice; ZANCHETTA, Juvenal. **Para ler e fazer o jornal na sala de aula**. 2ª ed. 1º reimp. São Paulo: Contexto, 2007.

FOLHA de São Paulo. **Novo manual de redação**. São Paulo: Folha de São Paulo, 1992.

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição; SANTOS, Jorge Viana. Notícia de jornal impresso e a relação entre a linguagem verbal e não verbal. **Anais do 6º Encontro Celsul** - Círculo de Estudos Linguísticos do Sul. Florianópolis(SC): 03 a 05 de novembro de 2004. Disponível em <https://www.leffa.pro.br/tela4/Textos/Textos/Anais/CELSUL_VI/Coordenadas/NOT%C3%8DCIA%20E%20JORNAL%20IMPRESSO%20E%20A%20RELA%C3%87%C3>

%83O%20ENTRE%20A%20LINGUAGEM%20VERBAL%20E%20N%C3%83O%20VERBAL.pdf> Acessado em 26 de agosto de 2023.

FONTCUBERTA, Mar. Estructura de la noticia periodistica: textos de periodismo. 2.ed. Barcelona: ATE, 1980.

GENRO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamentos da ciência dos jornais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

JORGE, Thais Mendonça. Pirâmide e hipernotícia. Elementos para uma discussão sobre o texto no jornalismo digital. **Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJOR)**, 3. Porto Alegre, 2006.

JORGE, Thais Mendonça. **A notícia em mutação**. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. [Tese de doutorado]. Brasília: Universidade de Brasília, 2007.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Petrópolis(RJ): Vozes, 1982.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 2003.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 2004.

LELLES, Ana Raquel. Ator de Hulk pede registro de eleitor ‘para derrotar Bolsonaro’. **Correio Brasiliense**. Disponível em <https://www.correiobrasiliense.com.br/diversao-e-arte/2022/03/4995819-ator-de-hulk-pede-registro-do-titulo-de-eleitor-para-derrotar-bolsonaro.html>. Acessado em 14 de janeiro de 2023.

LELLES, Ana Raquel. Ator de Hulk pede registro de eleitor ‘para derrotar Bolsonaro’. **Estado de Minas**. Disponível em https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/03/24/interna_politica,1355243/ator-de-hulk-pede-registro-do-titulo-de-eleitor-para-derrotar-bolsonaro.shtml#:~:text=O%20ator%20Mark%20Ruffalo%2C%20mais,nas%20elei%C3%A7%C3%B5es%20presidenciais%20deste%20ano. Acessado em 14 de janeiro de 2023.

MARX, KARL. **O capital**: crítica da economia política. Livro I. O processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.

MOTTA, Luiz Gonzaga. O trabalho simbólico da notícia. **XII Reunião Anual da Compós** - Recife, Pernambuco – Junho 2002.

SANTOS, Larissa. Tadeu em Pantanal, José Loreto solta o verbo e expõe rejeição de Marcos Palmeira em gravações. **Aaron Tura**. Disponível em <https://aaronturatv.com.br/tadeu-em-pantanal-jose-loreto-expoe-rejeicao-de-marcos-palmeira/>. Acessado em 14 de janeiro de 2023.

SOUZA SANTOS, Tito Eugênio. Um estudo sobre os efeitos da objetividade. **Observatório da Imprensa**. Instituto para Desenvolvimento do Jornalismo, 19 de maio de 2009, Ano 23 - nº 1248, Edição 558, p. 01-10.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

TERRA NOTÍCIAS. Ator que faz o Hulk endossa campanha do TSE por título de eleitor. **TERRA**. Disponível em https://www.terra.com.br/noticias/ator-que-faz-o-hulk-endossa-campanha-do-tse-por-titulo-de-eleitor,6c17ba950f08a4485ed6c54fc659c4325hxr9lra.html?utm_source=clipboard. Acessado em 14 de março de 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2004.

TUCHMAN, Gaye. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. Van Dijk, T. (2003). **Superestruturas**. Acessado em 28 ago. 2023, disponível em <http://dialogica.com.ar/unr/redaccion1/unidades/unidad3/archives/000341.html>

VAN DIJK, Teun Adrianus. **Estruturas da Notícia na Imprensa**. VAN DIJK, Teun Adrianus. **Cognição, discurso e interação**. São Paulo: Contexto, 2004, p, 122-157.

VOLÓCHINOV, Valentin Nikolaevich. **A construção da enunciação e outros ensaios**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

VOLÓCHINOV, Valentin Nikolaevich. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: 34, 2018.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília: UnB, 2022,

CAPÍTULO 3

GUARANÁ ANTARCTICA: AS PRÁTICAS DISCURSIVAS DO ANÚNCIO PUBLICITÁRIO “JINGLE BELL E NATAL ROCK”

Diego Roberto da Silva Apulinario¹

Introdução

Sabe-se que o consumo de produtos seja por necessidade ou desejo é uma atividade humana que cresce diariamente e é alimentada pelas propagandas e anúncios publicitários que são gêneros ligados à esfera da publicidade e a ações sociocomunicativas e, eles, contribuem para a elaboração e interpretações dos discursos de suas esferas. Assim, a presente pesquisa traz como diferencial a filosofia de Mikhail Bakhtin e tem por objetivo refletir sobre as construções discursivas presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” produzido em 2020 pelo Guaraná Antarctica e seus efeitos de sentido.

Sendo assim, para trabalharmos as questões voltadas aos gêneros do discurso faremos uso da obra de Bakhtin, em especial, “Os gêneros do Discurso (2016)”. Também, trataremos das questões relacionadas ao gênero anúncio publicitário com base nas teorias de Bezerril e Alves (2013). Esta pesquisa está pautada dentro da metodologia da pesquisa qualitativa para a partir desses aportes teóricos refletirmos sobre a composição do gênero anúncio publicitário e os efeitos de sentido provocados por esse em seu público-alvo.

¹ Professor Especialista em Formação de Docentes: Educação Infantil, Alfabetização e Educação Especial. E-mail: dapulinario@gmail.com.

Desse modo, para a organização desta pesquisa elaboramos dois capítulos, sendo que: o primeiro capítulo está dividido em duas seções, uma voltada às questões referentes à composição dos gêneros do discurso e a segunda destinada ao gênero anúncio publicitário e suas especificidades. Todavia, ao longo do segundo capítulo, ressaltados na obra de Bakhtin, fazemos uma análise do anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock”, buscando identificar os elementos apontados em relação à ideia de um “Natal brasileiro” defendida pelo Guaraná Antarctica e seus efeitos de sentido.

Ademais, o Guaraná Antarctica é uma marca brasileira conhecida internacionalmente por desenvolver os seus produtos com elementos da flora nacional, como também, se destaca no que diz respeito a propagandas e anúncios publicitários, pois estes são construídos a partir da irreverência, ironia, comicidade e de acordo com as questões histórico-cultural do seu tempo e espaço. Portanto, nesta pesquisa, fora os objetivos já mencionados, também, tentaremos compreender como o Guaraná Antarctica, enquanto marca e fabricante dos mais diversos produtos, contribui ou não para a construção de um Natal tipicamente brasileiro.

A formação dos gêneros do discurso

Esta pesquisa tem como principal objetivo analisar os efeitos de sentido construídos no anúncio publicitário (audiovisual) de Natal do Guaraná Antarctica do ano de 2020, intitulada “Jingle Bell e Natal Rock”, protagonizada pela cantora Paula Fernandes. Entretanto, primeiramente, é necessário que façamos uma breve reflexão sobre as composições dos gêneros do discurso, ressaltados na filosofia de Mikhail Bakhtin, e, do gênero anúncio publicitário.

Segundo Bakhtin (2016, p. 10), o uso da língua em suas diferentes formas é tão multiforme e único como os diversos campos da atividade humana. Neste sentido, o emprego da língua se dá através dos mais variados integrantes dos campos da atividade humana e efetua-se em enunciados (orais e escritos) concretos e únicos. Ainda, é válido ressaltar que Bakhtin não faz

distinção entre enunciação e enunciado, uma vez que usa o mesmo termo tanto para o discurso oral quanto para o discurso escrito.

Dessa forma,

[...] as diversidades dos gêneros do discurso são infinitas porque são inesgotáveis as possibilidades da multifacetada atividade humana e porque em cada campo dessa atividade vem sendo elaborado todo um repertório de gêneros do discurso, que cresce e diferencia-se à medida que tal campo se desenvolve e ganha complexidade (Bakhtin, 2016, p. 12).

Assim, é possível compreendermos que para cada atividade humana tenhamos um gênero do discurso que venha a atender às suas necessidades. Também, devemos considerar a heterogeneidade dos gêneros do discurso, incluindo as réplicas do diálogo cotidiano já que as modalidades em que este ocorre são diversas ao levarmos em questão a situação de produção, a função de seu tema e a ligação entre os participantes das relações discursivas.

É válido ressaltar que os enunciados são organizados dentro dessas ações (das atividades humanas), transformando-as em linguagem e dando sentido a elas dentro das diversas esferas sociais em que acontecem. Portanto, identificar os gêneros em relação às práticas sociais em que se organizam é também refletir sobre as condições em que os sujeitos em sociedade estão organizados e, principalmente, com quais enunciados estes se identificam.

Outrossim,

Qualquer enunciado considerado isoladamente é, claro, individual, mas cada esfera de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, sendo isso que denominamos gêneros do discurso. A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa (Bakhtin, 2003, p. 262-263).

Assim, segundo o filósofo, todo o gênero do discurso é fruto de um enunciado e todo o enunciado é fruto de como a língua é utilizada pelos seus falantes. Neste sentido, os enunciados são a essência dos gêneros do discurso, pois estes acontecem dentro das relações sociais, por isso eles não podem ser descontextualizados e suas formas relativamente estáveis (e algumas vezes repetidas) são o que chamamos de gêneros do discurso.

Como já dito, os gêneros do discurso são oriundos das atividades humanas, e, é neste sentido que nos deparamos com o anúncio publicitário. Bakhtin (2003, p. 262), nos deixa claro que são infinitas as atividades humanas, por isso, são infinitas as variedades de gêneros do discurso que estão pautados no uso da linguagem em suas mais diversas relações sociais. Dessa mesma forma, temos o anúncio publicitário, um gênero que está constituído dentro das funções sociais e comunicativas da língua e que de uma maneira muito simples e ao mesmo tempo complexa consegue exemplificar os mais diversos discursos que pairam na sociedade.

O anúncio publicitário e suas especificidades

Desde que o homem passou a trabalhar com o conceito de moeda de troca para adquirir produtos de subsistência e de uso pessoal, começou-se a se estabelecer também a ideia da sociedade de consumo e de como fazer dessa prática um hábito. Dessa forma, inúmeras estratégias surgiram para que a relação entre o consumidor e o produtor se consolidasse.

Além disso, é válido ressaltar que, na antiguidade, diferentes produtos eram trocados de acordo com a oferta e procura, depois, com a criação das moedas passou-se a se construir a ideia de “pagamento” por prestação de serviços e produtos. Contudo, somente após a criação da imprensa em meados do século XV e da Primeira Revolução Industrial no século XVIII, é que a sociedade de consumo se expande vindo a ter sua solidificação a partir dos anos 2000 com a popularização da Internet e dos meios de

comunicação, contando também com um amplo investimento em propagandas e anúncios pelas grandes indústrias.

Sendo assim, percebe-se que a propaganda e o anúncio publicitário tiveram uma grande contribuição para que a relação entre o produtor e o consumidor saísse de uma mera “necessidade” e a passasse a ser um ato de “desejo”. Segundo Bezerril e Alves (2013, p.328), tanto os anúncios publicitários quanto as propagandas são gêneros da esfera da publicidade e estão ligados às questões sociocomunicativas e têm por objetivo estabelecer com o consumidor uma relação de interesse e/ou como já dito, um “desejo” de compra e uso.

Todavia, é importante estabelecermos aqui um entendimento sobre o que é o anúncio publicitário:

[...] A expressão *advertising*, sugerida pelas traduções, foi entendida como o conceito de “propaganda”, quando, na realidade, o caráter original da “propaganda” é de cunho ideológico e com o objetivo de divulgar ideias de posição política, cívica ou religiosa. A publicidade teria, também, um caráter de divulgação, mas com fins comerciais, divulgando e promovendo o consumo de bens e de serviços. Dessa forma, o discurso publicitário, ou seja, o “anúncio publicitário”, termo usado neste artigo, tem uma orientação valorativa de conferir sentidos de confiabilidade ao produto, deixando o consumidor, quase sempre, persuadido de que está levando algo capaz de atingir o seu objetivo, fundamentalmente, essencial e indispensável a sua vida (Bezerril e Alves, 2013, p. 330).

Assim, conforme as autoras nos apresentam, o anúncio publicitário é um gênero discursivo pois está ligado diretamente a várias atividades humanas, entre elas, a comunicação, a cultura e o consumo. Dessa forma, os seus enunciados são construídos dentro de um determinado padrão de fala e voltado a um determinado público-alvo, bem como, respeitando o contexto social e cultural que os cercam.

Ainda, em relação ao gênero anúncio publicitário, temos que:

O gênero anúncio publicitário funciona como componente fundamental no processo econômico, na divulgação de uma marca, na promoção, na criação do mercado para marca, na expansão do mercado, na correção do mercado, na educação do mercado, na consolidação de mercado e na manutenção deste: essas “tarefas” são da esfera dos anúncios publicitários ou propagandas promocionais, como denominam alguns autores. Os anúncios são considerados como peças de comunicação gráfica veiculada na mídia: jornais, revistas etc., sendo abordado, portanto, como sinônimo de qualquer peça de comunicação da propaganda (Bezerril e Alves, 2013, p. 333).

Portanto, conforme podemos observar a partir das reflexões das autoras, o gênero anúncio publicitário aliado aos meios de comunicação, bem como, ao uso da linguagem dentro de uma determinada forma, procura estabelecer uma relação de comunicação direta com o seu público-alvo, também chamado de consumidor. Sendo assim, o gênero anúncio publicitário se sustenta porque está pautado dentro dessa ação humana de consumir, ora por necessidade, ora por “influência”. Ademais, é neste sentido que o anúncio publicitário do Guaraná Antarctica se constrói e será o nosso objeto de estudo do próximo tópico.

Análise das práticas discursivas do anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock”

Antes de iniciarmos as nossas análises em relação às práticas discursivas presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock”, precisamos fazer uma breve reflexão sobre a construção histórica da própria marca, o Guaraná Antarctica. Para que assim tenhamos um melhor aprofundamento desta pesquisa e uma maior compreensão desse anúncio publicitário do ano de 2020.

Dessa forma, segundo o site, “Passo a Passo Empreendedor” (2021), em meados de 1921, a Antarctica, que, na época, era nacionalmente conhecida pela sua cerveja e tinha o público masculino como principal consumidor de seus produtos, buscava expandir a sua linha e conquistar outros públicos, no caso,

mulheres e crianças, entretanto, precisaria de um produto pensado para estes, um produto sem álcool. Assim, após muitas pesquisas e análises o químico industrial Pedro Baptista de Andrade encontrou no guaraná, fruto amazônico, o sabor esperado pela empresa.

Diante do exposto, a partir de 1921, o Guaraná Antarctica passou a fazer parte das mesas dos brasileiros, primeiramente, sendo chamado de Guaraná Champagne, uma alusão direta à bebida francesa, só que sem álcool. É válido ressaltar que o Guaraná Antarctica é o primeiro refrigerante a fazer parte do dia a dia dos brasileiros, antes mesmo de sua concorrente direta, a Coca-Cola. Conforme esperado pela Antarctica, o seu novo produto caiu nas graças dos consumidores e hoje está presente em mais de 50 países e faz parte das 15 marcas de refrigerantes mais consumidas ao redor do mundo.

Todavia, o Guaraná Antarctica não é conhecido apenas pelo seu sabor marcante e sua história de sucesso, mas também, por uma preocupação em tentar valorizar o que há de melhor em nosso país tanto em sua produção, como também em seus anúncios publicitários. A Antarctica é uma das marcas que mais investe em anúncios publicitários, buscando sempre fortalecer essa relação de comunicação historicamente construída com o seu público consumidor.

Assim, a cada uma parcela de tempo, a marca busca lançar uma frase de *slogan* pensada no contexto social e cultural do Brasil, bem como, usar da irreverência para construir seus anúncios publicitários e ficar no pensamento dos brasileiros. Neste sentido, desde 2019, pensando em reforçar a ideia de que o seu produto é algo tipicamente brasileiro, a Antarctica vem usando a frase “É coisa nossa” em todos os seus anúncios publicitários e divulgações, uma frase simples, mas com um efeito gigantesco.

Sendo assim, ao longo desta seção analisaremos as práticas discursivas presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020 respaldados na filosofia bakhtiniana. Segundo Bakhtin (2016), todo o enunciado é composto por pelo menos quatro elementos, são eles: o conteúdo temático, o estilo, a

construção composicional e a arquitetônica. Nos próximos tópicos, faremos uma breve reflexão de como os elementos que compõem um enunciado estão presentes no objeto de estudo.

Tema

Primeiramente, é necessário esclarecer que, pelo objeto de estudo se tratar de um produto audiovisual, optamos por trazer os nossos excertos para as análises em dois vieses, ora em enunciado escrito, ora em imagens, por compreendermos que somente dessa maneira é que será possível fazer uma análise aprofundada e assertiva. Sendo assim, de acordo com Bakhtin (2016), podemos compreender por conteúdo temático ou tema, aquilo que será o objeto do enunciado, no caso, do que falaremos e que ganha certa conclusibilidade, dependendo da situação ou fim para qual esteja destinado ao ser proferido/escrito pelo locutor, assim, dentro da publicidade, pela marca e produto a serem divulgados.

A partir disso, ao trabalharmos com o anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” enquanto objeto de estudo, percebemos que, o próprio título já constrói em nós uma ideia de qual será o tema a ser discutido, entretanto, são nos primeiros 09 segundos que temos este mais claro. Como podemos observar nas seguintes imagens:

Figura 1: Guaraná Antarctica.²



Fonte: Fernandes, Paula, 2020.

Figura 2: Homenagem.³



Fonte: Fernandes, Paula, 2020.

² Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

³ Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

Figura 3: Natal brasileiro.⁴



Fonte: Fernandes, Paula, 2020.

Pelas 03 (três) imagens apresentadas na mesma sequência em que aparecem no vídeo, podemos ter claro qual tema será tratado ao longo desse anúncio publicitário, no caso, o “natal brasileiro”. É interessante observar que a marca Guaraná Antártica constrói todo um cenário em volta daqueles que serão os personagens centrais do vídeo (a cantora Paula Fernandes e o guaraná), colocando elementos típicos daquilo que compreendemos por “natal” a partir do que é propagado nos meios de comunicação, em especial na televisão, entretanto, isso muda à medida que o vídeo avança e surgem novos cenários retratando o Brasil e enunciados como: “Uma homenagem a todas as famílias” e “Fazem o natal brasileiro ser tão coisa nossa”. A partir desses, evidencia-se o tema do anúncio: construir uma ideia de Natal tipicamente brasileiro.

Ainda, em relação aos enunciados citados, podemos observar alguns efeitos de sentidos que estes provocam. Quando a marca diz que este anúncio é uma homenagem a todas as famílias que fazem do Natal brasileiro uma ‘coisa nossa’, esta cria um efeito de valorização dessas famílias (no caso, implicitamente do seu público

⁴ Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

consumidor), como também, um efeito de proximidade ao utilizar o pronome possessivo ‘nossa’ e um efeito de identificação com o público-alvo, uma vez que é uma marca nacional.

Ademais, refletindo sobre o que Bakhtin (2016) nos fala sobre a conclusibilidade do tema de um enunciado, percebemos que a Antártica logo nos primeiros enunciados da música usada nos traz os “acabamentos” sobre o que seria um Natal brasileiro:

Jingle bell, jingle bell e natal rock
Christmas de gringo não é bom assim
Não tem nosso jeito, nem nossa paixão
Claro que eu prefiro coisa nossa sim
Jingle bell, jingle bell e natal rock
Um Natal maneiro, do jeito brasileiro
Neve a gente vê só na televisão
E Naná geladão
Não tem meia, nem lareira
Conto os dias para ceia
Amigo secreto, churrasco e confusão
E só piada de tiozão (Fernandes, Paula. 2020).

Dessa forma, por meio do excerto, podemos observar que a instância criadora recupera os possíveis discursos que temos em relação ao que seria o Natal e, principalmente, o que seria um Natal brasileiro. Com isso, ela organiza tais discursos e antecipa a visão do seu público-alvo, os consumidores que, possivelmente, vivem tais situações ao longo do Natal, fazendo com que a temática atenda as demandas deste. Portanto, ao selecionar o seu tema e a forma como o apresentará, a Antártica nos traz o que Bakhtin (2016) diz em relação ao autor: “o autor nunca escreve fora de seu tempo e de seu referencial mais próximo”, no caso, sua contemporaneidade, por mais que este antecipe alguns fatos.

Sendo assim, é possível compreendermos que por mais que a marca traga diversas manifestações em relação a um Natal tipicamente brasileiro, todas em seu conjunto são apenas idealizações uma vez que estas não representam o Natal de todos

os brasileiros, mas sim, de algumas parcelas da nossa sociedade. No caso, a marca organiza os seus enunciados com base no que é mais divulgado pelos meios de comunicação, considerando alguns contextos culturais e sociais do Brasil.

Composição

Ao longo deste tópico buscaremos fazer uma breve reflexão da composição do gênero anúncio publicitário. Para o filósofo Bakhtin, analisar a construção composicional de um determinado objeto é fundamental para que possamos compreender um gênero discursivo. Segundo Bakhtin (2016), podemos considerar que a forma composicional é, de certo modo, uma espécie de acabamento geral de um enunciado e se configura como algo aproximado ao que conhecemos por gêneros do discurso.

Neste sentido, temos o anúncio publicitário, e como todo gênero discursivo este apresenta algumas formas que devem estar presentes para considerarmos que um determinado enunciado faz parte deste grupo. Assim, como qualquer produto da esfera da publicidade, o anúncio publicitário também é feito por um criador de conteúdo (e/ou anunciante) e pelo veículo (que transmite) que pode variar de um produto para o outro.

Também, devemos considerar como elemento chave da composição do gênero anúncio publicitário a dimensão verbal, que é responsável por nos apresentar o que chamamos de conteúdo semântico-objetual que tem um acabamento regularmente estável e se caracteriza por orientar-se a partir dos acontecimentos e objetos de consumo da atualidade, no caso, são oriundos do seu contexto histórico e cultural. É válido ressaltar que os anúncios são formadores de ambientes culturais e sociais de nossa época e atuam sobre os consumidores, os informando e os formando com base em seus enunciados a depender do produto que está sendo comercializado.

Sendo assim, podemos dizer que o nosso objeto de estudo está dentro do que se espera da forma composicional de um gênero

anúncio publicitário. Conforme vimos, um anúncio precisa de um anunciante, assim, o anunciante deste objeto é o Guaraná Antarctica (apresentado logo no início como podemos observar pela figura 1 do tópico anterior). Ademais, é necessário que um determinado veículo seja usado como suporte para a transmissão de um anúncio, dessa forma, o anunciante usa principalmente da Internet para transmitir a sua mensagem.

Desse modo, o Guaraná Antarctica, enquanto anunciante, como já dito, utiliza a Internet e seus recursos, fazendo com que o seu anúncio seja facilmente compartilhado entre diversos grupos de pessoas, uma vez que esse está suportado em uma plataforma usada por milhões de pessoas, o *YOUTUBE*. Outro elemento que podemos citar como possível veículo de transmissão, mas aqui de transmissão indireta, é a presença de personalidades da mídia brasileira, como a cantora Paula Fernandes, e digitais influencers, a exemplo, a Pequena Lô, uma vez que os fãs dessas pessoas podem chegar ao anúncio apenas por causa da presença delas. Também, podemos considerar como veículo de transmissão o fato de o anúncio ter como plano de fundo uma música de Natal lançada dias antes desta festividade não só na Internet, mas também, na televisão.

Outrossim, temos que considerar a dimensão verbal, um dos principais elementos do anúncio publicitário. Dentro deste gênero, a linguagem deve ser rápida e de fácil compreensão e que atinja, com poucas palavras, muitos indivíduos através de um enunciado sólido e assertivo. No objeto de estudo, de acordo com as figuras 1,2 e 3, temos a construção da mensagem e de efeitos de sentido que os enunciados usados pelo anunciante querem construir, no caso, o Guaraná Antarctica quer prestar “uma homenagem a todas as famílias que fazem do Natal brasileiro tão coisa nossa”, ou seja, ele informa ao seu público-alvo o que deseja fazer e forma nele um sentimento de valorização e, como já dito, de identificação. Portanto, temos aqui, um anúncio composto por todos os elementos essenciais à forma de seu gênero.

Arquitetônica

Para Bakhtin (2010), todo o elemento artístico pode ser observado através de duas concepções, uma em que a arte pode ser compreendida como um enunciado concreto e esteticamente realizado pelo homem e, a outra, temos a vida, segundo o filósofo, a vida é algo que nos é dado e está em uma ordem ética (grifo nosso). Ao longo deste tópico, buscaremos refletir sobre a arquitetônica bakhtiniana dentro do anúncio publicitário do Guaraná Antarctica.

Podemos compreender a arquitetônica bakhtiniana através de duas formas: a primeira como um conceito sistematizador que engloba toda a teoria do filósofo e compreensões de mundo, sendo este o produto conceitual final de sua filosofia. E, a segunda, como a organização de um sentido que está ao entorno de um enunciado concreto a ser realizado responsabilmente como um produto único e na interação com o outro, com uma esfera ideológica e num determinado tempo-espaço.

Segundo Bakhtin (2010), a arquitetônica apresenta três momentos: os valores, o tempo e o espaço. Entretanto, é o produto da atividade estética e seus sentidos dentro da vida que levam um enunciado a seguir uma determinada direção. Sendo assim, não podemos pensar a construção de um enunciado sem considerarmos a relação entre esses três elementos, no caso, sem considerarmos o campo semântico do enunciado e sem descartarmos as duas formas de arquitetônica, a estética e a ética, de acordo com a cultura representada.

Neste sentido, temos os valores como primeiro elemento apontado por Bakhtin. Esses valores, assim como, os demais elementos estão diretamente ligados à contemporaneidade do anunciante. Dentro do anúncio, indiretamente, temos a presença dos valores ligados à sociedade de consumo, como podemos observar nas imagens 1,2 e 3, em que temos o produto do anunciante como foco principal e toda perspectiva de vida que se constrói ao redor dele, no caso, “uma vida feliz e colorida”.

Também, temos a manifestação de outros valores como:

Jingle bell, jingle bell e natal rock
Christmas de gringo não é bom assim
Não tem nosso jeito, tem nossa paixão
Claro que eu prefiro coisa nossa sim
Jingle bell, jingle bell e natal rock
Um Natal maneiro, do jeito brasileiro
Neve a gente vê só na televisão
E Naná geladão
[...]
A família, reunida
Só falta você (Fernandes, Paula, 2020).

De acordo com o excerto podemos destacar a presença da valorização da cultura brasileira, as questões de pertença, empatia e identificação, valores voltados ao emocional e cultural do povo brasileiro (público consumidor do anunciante). Todavia, o anúncio também traz outros elementos que retratam valores da cultura nacional. Como:

Jingle bell, jingle bell e natal rock
Christmas de gringo não é bom assim
Não tem farofa boa, não tem uva passa
E maionese de batata
[...]
Aqui não tem urso, mas tem lobo-guará
Que rima com guaraná!
Amigo secreto, churrasco e confusão (Fernandes, Paula, 2020).

Sendo assim, através do excerto, podemos observar a valorização da gastronomia brasileira com pratos que caracterizam não só uma camada do povo brasileiro, como também uma parcela de sua cultura, no caso, o churrasco e a maionese de batatas. Também, observamos a valorização da fauna nacional ao ser citado o lobo-guará que está ameaçado de extinção. Ainda, de acordo com Bakhtin (2016), outro ponto importante para observarmos é o autor

do enunciado e o seu ponto de vista sobre a atividade estética como ação e o autor enquanto responsável desta e da formação da ética da criação artística.

Assim, considerando que um autor não escreve fora do seu tempo, podemos dizer, pelas análises feitas até aqui, que a o anunciante (autor) teve uma excessiva preocupação em falar respeitando a sua contemporaneidade, retratando em seu anúncio o seu tempo de contexto social (o tempo da era tecnológica, dos digitais influencers e do natal que é o conteúdo temático), como também o seu espaço, no caso, retratar o Brasil e as diversas manifestações culturais, costumes e pessoas, ressalvado na ética da criação artística. Todavia, nos perguntamos como o anunciante trabalha a representação da ética que prevalece em seu tempo e espaço e como este consegue imprimir características próprias, as quais chamamos de estilo? No próximo tópico trataremos dessas questões.

Estilo

Outro elemento constitutivo do discurso, segundo Bakhtin (2016), é o estilo. Para Bakhtin (2016, p.17), “todo estilo está indissolavelmente ligado ao enunciado e às formas típicas de enunciados, ou seja, aos gêneros do discurso”. Ao longo deste tópico, tentaremos refletir sobre o estilo do Guaraná Antarctica enquanto anunciante.

Como pudemos observar pelas análises feitas, o anúncio tem por tema buscar construir uma ideia do que seria um Natal brasileiro, assim, o anunciante se preocupa em apresentar elementos que tragam essa ideia de brasilidade e que, ao mesmo tempo, não deixe de ser um anúncio publicitário com o objetivo de vender produtos. Dessa forma, no anúncio temos:

Figura 4: Cenário de natal.⁵



Fonte: Internet, 2020.

Figura 6: Cenário de Natal brasileiro.⁶



Fonte: Internet, 2020.

⁵ Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

⁶ Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

Figura 6: Cenário de Natal brasileiro.⁷



Fonte: Internet, 2020.

Quando se fala em natal, historicamente está construída a ideia de que este é um período em que neva e as pessoas usam vermelho, porém, essas características não são oriundas do Natal brasileiro, mas sim do Natal norte-americano ou europeu que se tornaram populares através de filmes, séries e músicas consumidas pelos brasileiros através de artistas internacionais, e, claro, pela indústria de consumo. Entretanto, nem todos os brasileiros gostam dessa representatividade por considerarem que tais atividades não fazem parte da nossa cultura, e foi pensando nesse ponto que o anunciante constrói o seu produto, ou melhor, os seus enunciados em cima da ideia de um Natal brasileiro.

Dessa maneira, através das três figuras apresentadas, bem como, das anteriores, podemos ver claramente a construção do que seria, segundo o Guaraná Antarctica, um Natal brasileiro. Neste sentido, logo nos primeiros segundos do anúncio, o Guaraná Antarctica nos traz o desejo de fazer um produto que represente o Natal brasileiro, dessa forma, partindo das questões culturais do

⁷ Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

Brasil, o anúncio tanto em imagens, como em enunciados verbais e escritos vai aos poucos construindo essa ideia. Assim, das figuras 1 a 4 podemos ver claramente que o anúncio começa partindo do que seria um cenário tipicamente natalino, mas, na Figura 5, o foco vai todo para a lata de guaraná e a música de fundo diz que “prefiro coisa nossa sim”. Neste momento, o cenário muda e temos uma idealização do que seria o Natal no Brasil: mar, praia, verão, música e refrigerante.

Sendo assim, através das imagens podemos observar o estilo do anunciante de pensar em anúncios que se aproximem do seu público-alvo (seus consumidores) e sempre mantendo uma visão cômica partindo das questões sociais e culturais ao seu entorno. Contudo, não só nos enunciados visuais temos essa demonstração do estilo do anunciante e das questões culturais que este representa de acordo com o seu tempo-espaço, mas também, nos enunciados da música de fundo:

Não tem meia, nem lareira
Conto os dias para ceia
Amigo secreto, churrasco e confusão
E só piada de tiozão!
Aqui não tem urso, mas tem lobo-guará
Que rima com guaraná (Fernandes, Paula, 2020).

Como vimos no excerto da música, o anunciante brinca e ironiza as questões preestabelecidas como certas de Natal, uma vez que, segundo ele, não tem nada disso no Brasil. O anunciante atualiza esses discursos de Natal e mexe com a memória afetiva do seu público-alvo trazendo exemplos do que seria o Natal brasileiro, como: a preocupação com a ceia, o churrasco brasileiro, brincadeiras e claro, guaraná, colocando o seu produto como parte dessa construção de ideia de Natal.

Dessa forma, o anunciante, através de seus enunciados construídos a partir da desconstrução e reconstrução do que seria um Natal brasileiro, se aproxima do seu público-alvo, buscando

respeitar as questões históricas e culturais de seu espaço e tempo e, ainda, com sua pitada de humor, consegue “vender” o seu produto. Entretanto, o que realmente faz com o que o anunciante construa o seu estilo é que esse respeita as formas preestabelecidas como certas do gênero anúncio e, ressaltados na licença poética, a atualiza ao fazer com que o seu anúncio pareça uma música de Natal para o Brasil, algo pouco explorado antes por outros produtores de refrigerante.

Considerações finais

Como sabemos, a filosofia bakhtiniana é um marco e uma referência quando se trata de estudos relacionados aos gêneros discursivos, como da teoria literária, da filosofia e da linguagem. Dessa forma, esta pesquisa, ressaltada na filosofia de Mikhail Bakhtin (2016), buscou refletir em relação às especificidades do anúncio publicitário e como este pode informar, formar e, até mesmo, modificar uma sociedade e suas questões culturais.

Neste sentido, sabemos também que, dentro do universo da publicidade, as marcas e produtores estão sempre em busca do enunciado perfeito para tocar o seu público-alvo, como no caso do Guaraná Antarctica. Outrossim, sabemos que o Guaraná Antarctica é uma marca brasileira que se consolidou no mercado nacional e internacional através de produtos oriundos da flora nacional, e, também, por se destacar em seus anúncios irreverentes, cômicos e preocupados em externalizar as questões culturais do Brasil.

À vista disso, para uma melhor organização desta pesquisa foram elaborados dois capítulos, sendo que: O primeiro capítulo foi dividido em duas seções, uma voltada às questões referentes à composição dos gêneros do discurso e a segunda destinada a especificidades do gênero anúncio publicitário. Ao longo do segundo capítulo, fizemos uma análise do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock”, onde refletimos acerca dos elementos que compõem a ideia de um “Natal brasileiro” defendida pelo Guaraná Antarctica e seus efeitos de sentido.

Sendo assim, ao longo do primeiro capítulo vimos que, segundo Bakhtin (2016), o uso da língua em suas diferentes formas é tão único e ao mesmo tempo tão multiforme como os diversos campos da atividade humana e seus mais variados integrantes que juntos fazem com que o emprego da língua se efetue em enunciados orais ou escritos, concretos e únicos. Neste sentido, é válido ressaltarmos que para cada atividade humana temos um gênero do discurso que venha a atender às suas necessidades e, assim, temos o anúncio publicitário, um gênero que está pautado dentro da esfera da publicidade e suas demandas.

Ainda, em relação ao anúncio publicitário, enquanto gênero discursivo, temos que este pode ser considerado um dos mais versáteis e adaptáveis dos gêneros, uma vez que mantém as suas formas estáveis que o caracterizam e o diferenciam dos demais. Contudo, ao mesmo tempo, o anúncio publicitário permite que seus idealizadores brinquem com suas formas criando a cada obra um novo enunciado, um novo produto e correspondendo às suas necessidades.

Assim, é pertinente destacarmos aqui que o principal objetivo dos anúncios é vender um determinado produto. Todavia, com o advento da tecnologia e expansão das indústrias, as marcas e produtores hoje não só precisam se preocupar com a qualidade de seus produtos, como também, em fazer boas divulgações que chamem a atenção e despertem a curiosidade dos seus consumidores, entretanto, é preciso que o anúncio publicitário esteja bem elaborado.

Por conseguinte, ao longo do segundo capítulo, analisamos as práticas discursivas presentes no anúncio publicitário “Jingle Bell e Natal Rock” do Guaraná Antarctica, do ano de 2020, e como este constrói uma perspectiva de natal brasileiro. Desse modo, um dos primeiros pontos que precisamos destacar é que, as marcas e produtores precisam pensar em estratégias para que os seus anúncios sejam vistos e os seus produtos consumidos respeitando as questões culturais do seu público consumidor. Assim, a Antarctica, enquanto marca, preocupa-se com essas questões durante a divulgação do seu

produto, uma vez que este é, ao longo do anúncio em questão, apresentado como algo tipicamente brasileiro.

Sendo assim, independente da forma, seja na questão estética ou na ética de sua obra, o Guaraná Antarctica consegue construir em seus anúncios não apenas um produto, mas um sentimento de identificação e pertença com o seu público-alvo fazendo com que o seu produto fique em destaque e seja visto como parte integrante de todo o contexto histórico e cultural da sociedade representada, neste anúncio em específico, da sociedade brasileira.

Portanto, podemos dizer que o Guaraná Antarctica não só traz o que já temos como certo ao pensarmos em natal, como também, constrói novas idealizações e nos leva a reconsiderar esses elementos e pensar se realmente nos identificamos ou se queremos um Natal, bem como, propagandas e produtos que estejam mais próximos das nossas questões culturais, sociais e ambientais enquanto povo brasileiro. Assim, através deste anúncio, o Guaraná Antarctica deixa aberta uma infinidade de possibilidades de pensarmos em um novo natal que possa ser “tão coisa nossa”.

Referências

A história do Guaraná Antarctica. Passo a Passo Empreendedor, 19 maio 2021. Disponível em: <<https://passoapassoempreendedor.com.br/2021/05/19/a-historia-do-guarana-artarctica/>>. Acesso em 22 set. 2023.

BAKHTIN, M. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1992.

BAKHTIN, M. [1979] **Estética da criação verbal**. 4. ed. Trad. P. Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Introdução e tradução do russo por Paulo Bezerra; prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov. – 4ª ed. São Paulo: Martins Fontes 2010.

BAKHTIN, M. **Questões de Literatura e de Estética** – Teoria do Romance. 6. ed. São Paulo: HUCITEC EDITORA, 2010.

BAKHTIN, M. **Problemas da Poética de Dostoiévski**. Trad. Paulo Bezerra. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2010.

BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

BAKHTIN, M. O problema do conteúdo, do material e da forma na criação literária. In: **Questões de literatura e de estética**. São Paulo: Hucitec, 2010, p. 13-70.

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso**/ Mikhail Bakhtin; organização tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov. São Paulo: Editora 34, 2016 (1ª Edição) 176 p.

Fernandes, Paula. Jingle Bell e Natal Rock. Draftline. YouTube, 14 dez. 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

Fernandes, Paula. Jingle Bell e Natal Rock. Letras, 2020. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/paula-fernandes/jingle-bell-e-natal-rock/>>. Acesso em 22 set. 2023.

Nossa História. Guaraná Antarctica, 2022. Disponível em: <<https://www.guaranaantarctica.com.br/pt-br/nossahistoria#:~:text=Em%201905%2C%20os%20potenciais%20do,tipicamente%20brasileiro%2C%20feito%20com%20Guaran%C3%A1.&text=Em%201921%2C%20a%20f%C3%B3rmula%20secreta%20do%20Guaran%C3%A1%20Antarctica%20%C3%A9%20criada>>. Acesso em 22 set. 2023.

[2] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

[3] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

[4] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

[5] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

[6] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

[7] Imagem capturada do anúncio “Jingle Bell e Natal Rock” de 2020. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=zvG9rNSW5tk>>. Acesso em 22 set. 2023.

CAPÍTULO 4

VÍDEO-CARTAS NO CRONOTOPO PANDÊMICO: UMA QUESTÃO DE AUTORIA E DIALOGISMO

Jessica Paula Vescovi
Katyuscia Sosnowski

Introdução

Em tempos de isolamento social, no qual as distâncias pareciam ter se alargado ainda mais, as atividades pedagógicas não presenciais (APNPs), nomenclatura adotada no Instituto Federal do Paraná para um plano emergencial no ensino remoto, foram alavancas para atividades e ações experimentais. Exigiram de nós, professores, (re)invenções para motivar os estudantes e desafiar nossos conhecimentos na educação mediada por tecnologias da informação e comunicação. Imersos em ambientes virtuais de aprendizagem, dependentes de ferramentas síncronas e assíncronas, buscamos um passaporte para organizar uma interação que alcançasse alguém em uma situação parecida e que estivesse ávido por uma conversa sobre cultura, paisagens, religiões ou curiosidades sobre o sul do Brasil, que é a nossa localização geográfica. Imersos há quatro meses no ambiente virtual de aprendizagem em projetos integrados de Arte e Língua Portuguesa com estudantes do Ensino Médio do curso técnico em cooperativismo, buscamos ampliar nossas conexões ainda mais.

Encontramos reverberações em Alagoas, na cidade de Palmeiras dos Índios, na Escola Estadual de tempo integral Humberto Mendes, em uma turma do projeto de Audiovisual do contraturno e, por meio do contato com o professor Mário Zeymison na formação de professores ofertada pelo grupo Sementes cinematográficas, iniciamos o intercâmbio. O Instituto Federal do

Paraná adotou o AVA Moodle para organizar as atividades remotas das turmas dentro dos campi, mas, para esse intercâmbio entre turmas de diferentes escolas, necessitamos de outro modo de interagir, desse modo a interação se deu na plataforma virtual gratuita Padlet⁸ para publicação, compartilhamento e registro das vídeo-cartas e diálogos entre os estudantes.

Para que pudéssemos iniciar as trocas de modo a interagir com nossos interlocutores, promovemos uma reunião síncrona via Google Meet, entre nossos estudantes do IFPR Campus Coronel Vivida e os estudantes da Escola Estadual Humberto Mendes, acompanhados pelos professores das duas instituições, na intenção de ativar ainda mais a curiosidade deles. Neste momento, dialogamos sobre culturas, histórias e memórias relativas aos dois locais. Na sequência do encontro síncrono, apresentamos a plataforma, que seria nossa praça virtual, lugar de interação entre os dois grupos. Nela, Paraná e Alagoas começaram a interagir, com poesias, vídeos publicitários e imagens escolhidas pelos estudantes que foram publicadas servindo como canal de comunicação para esses estudantes de Ensino Médio residentes nos dois extremos geográficos do Brasil, o que comprova que há muitos brasis dentro do Brasil, como já dizia Jorge Baleeiro (1950-2016), historiador paranaense.

(Re)visitando a Teoria

As interações promovidas via internet entre sujeitos de diferentes culturas podem refletir diretamente na educação e nos processos de alteridade, que, por sua vez, adentram esse cenário por meio de uma conversa informal, mas, se observadas de perto, podem nos dar pistas valiosas sobre que tipo de sociedade estamos alimentando

[...] uma discussão de fundo sobre o tipo de sociedade a que a comunicação massificada está nos levando não pode se basear em estatísticas de audiência. Temos de estudar o consumo como

⁸ disponível em: <https://pt-br.padlet.com/dashboard> acessado em 02 mai 2023.

manifestações de sujeitos, buscar onde se favorece a sua emergência e sua interpelação, onde se propicia ou se obstrui sua interação com outros sujeitos. (CANCLINI, 2007, p. 26)

A alteridade é um elemento de constituição da nossa própria identidade e objeto da ética. No âmbito da educação, a alteridade é uma possibilidade intrínseca de se constituir na diferença, indivíduos se confrontam, a todo momento, com o outro externo e interno a nós mesmos. Propor uma troca mediada entre grupos de estudantes de contextos sociais distintos torna-se uma esperança, tendo em vista o desrespeito e a violência entre diversos grupos na atualidade. Preocupações dessa ordem buscam colocar a alteridade como uma persistente temática e nos levam a uma experiência que proporcione um deslocamento de si para enxergar o outro.

Não obstante, é válido destacar que, mesmo antes da Pandemia generalizada da Covid-19, a necessidade de inserir novas tecnologias e incluir processo de educação mais horizontalizados colocando os estudantes como protagonistas eram urgentes na educação básica. Nesse sentido, o encontro entre os grupos de estados distintos, Paraná e Alagoas, ambos residentes de cidades interioranas, busca ampliar o repertório cultural sobre diferentes formas de subjetividade no contexto brasileiro, assim como possibilitar reflexões sobre o outro e todas as suas vivências e experiências, visto que, numa primeira fase, o enunciador experimenta a posição de autor-personagem àquele que dá forma estética ao seu local de residência, estabelecendo uma relação particular com o seu espaço físico, através da criação de uma vídeo-carta; e, em um segundo momento, a do sujeito ético que conhece e avalia um local distante a partir do recorte estético de outro jovem.

Para Bakhtin, um ato responsável que possui uma arquitetônica de três momentos: o eu-para-mim, o eu-para-o-outro, o outro-para-mim. (Bakhtin, 2010, p. 114) Nesse sentido, é legítimo afirmar que, sob essa perspectiva, temos, na atividade desenvolvida, uma percepção e apresentação do que é importante para mim no lugar onde eu vivo; o que imagino ser importante,

fazer sentido para o outro; e o que o outro vai ver sobre mim e sobre meu lugar a partir de mim.

Ao revelar publicamente na internet uma vídeo-carta com imagens e textos, são expressos, por meio dela, pensamentos, concepções, valores e crenças. As tecnologias digitais de comunicação apresentam meios de conexão entre sujeitos, evidenciando subjetividade e objetividade, tornando-se, pois, uma ação que versa contra a padronização, promovendo uma convivência com as diversidades. Uma educação constituída de múltiplas perspectivas que fomenta o pensamento crítico, reconhece o direito do outro à diferença.

Assim, considerando que cada discurso traz em si um potencial criativo, embasado na leitura de mundo de seu interlocutor e na sua capacidade de estabelecer novas relações, destacamos a importância de contextualizar ideias a partir do contato com diferentes origens étnicas, meios socioculturais e artísticos, como propõem as Diretrizes para a Educação Inter-étnica e Multi-racial (Lei 10.639/03).

Nesse sentido, recorreremos, então, à teoria do dialogismo de Mikhail Bakhtin, que se pauta no princípio da alteridade, na interação com o outro, no reconhecimento da existência do outro, de outras vozes na constituição de um determinado texto e do outro como base na constituição do próprio sujeito. Dialogismo e alteridade, na obra de Bakhtin, são conceitos que não podem ser pensados separadamente. Alteridade, na sua concepção, não se limita à consciência da existência do outro, nem tampouco se reduz ao diferente, mas comporta também o estranhamento e o pertencimento. (SOUZA e ALBUQUERQUE, 2012, p. 111).

Assim, de acordo com Sosnowski (2015), a aproximação de grupos de estudantes de diferentes culturas organizados em um ambiente virtual de aprendizagem promove a alteridade. No relativo ao dialogismo, que está vinculado indissolivelmente à interação, sendo assim a base do processo de produção dos discursos, e o que é mais importante, da própria linguagem para o Círculo, o locutor e o interlocutor têm o mesmo peso, porque toda

enunciação é uma “resposta”, uma réplica, a enunciações passadas e a possíveis enunciações futuras, e ao mesmo tempo uma “pergunta”, uma “interpelação” a outras enunciações: o sujeito que fala o faz levando o outro em conta não como parte passiva, mas como parceiro – colaborativo ou hostil – ativo (SOBRAL, 2009, p. 33, grifos nossos). Dessa forma, é legítimo afirmar que a linguagem utilizada nas vídeo-cartas torna-se fundamental para a afetação sobre o interlocutor; é necessário, portanto, uma constituição de alteridade, colocar-se no lugar do outro, considerar suas posições axiológicas e o seu cronotopo.

Consideramos, pois, o espaço e o tempo em que as produções foram realizadas, ancorando-nos no conceito de cronotopo, o qual, segundo Bakhtin, evidencia o fato de o tempo e o espaço serem inseparáveis em um todo concreto. Além disso, como explica Bakhtin (2014 [1975]), o tempo se comprime e se condensa; o tempo se intensifica e se entrelaça ao espaço; um transparece no outro; o tempo não pode ser estudado desconsiderando a noção de espaço.

Face ao exposto, recorreremos a Acosta Pereira e Oliveira (2020), os quais afirmam que

O estudo do cronotopo dá conta das relações espaço temporais que significam o agir do sujeito, de como tais relações significam a experiência e se engendram em determinados horizontes ideológico-valorativos, que por sua vez reverberam no discurso, tendo justamente o cronotopo como baliza para sua constituição e funcionamento à luz de matizes sociais, históricos, culturais, políticos, econômicos ideológico-valorativamente marcados. (ACOSTA PEREIRA; OLIVEIRA, 2020, p.91).

Além do cronotopo, a noção de autoria para Bakhtin pressupõe uma obra aberta, inacabada, na qual o autor-pessoa (o sujeito da vida-ético) e o autor-criador (aquele que exerce a função estética na obra) são entes distintos na mesma produção discursiva. O autor-criador é quem dá forma ao conteúdo: ele não apenas captura passivamente os eventos da vida (ele não é um estenógrafo dos eventos); mas, a partir de uma certa posição axiológica, recorta-

os e (re)organiza-os esteticamente. O autor-criador é aquele que exerce uma função estético-formal na constituição do objeto estético objetivado.

Ademais, considerando, pois, que os enunciados se organizam em gêneros discursivos relativamente estáveis (BAKHTIN, 2011, p. 262), cabe-nos apresentarmos as características, em especial do estilo e da composição, do gênero discursivo vídeo-carta. No relativo ao estilo da vídeo-carta, é destacável que se trata de um vídeo produzido em aparelhos de celular com ou sem edição, de no máximo cinco minutos, no qual o(s) autor(es) deve expor sua imagem ou sua voz no vídeo, narrando ou sendo um(a) apresentador(es), ou mesmo incluir textos de sua autoria no vídeo. Nesse vídeo de aproximadamente 5 minutos, imagens, textos, legendas, apropriações podem ser inseridas para enriquecer a composição. Vídeo-carta: é um gênero audiovisual que se caracteriza por ser um filme autoral que pode ser individual ou de um grupo. A ideia central é fazer um filme para um destinatário sobre nossas vidas, nossa forma de ver o mundo, nosso território, as coisas que nos afetam — sejam elas boas ou não — o que desejamos no mundo, o que conhecemos e queremos compartilhar, nossas histórias e invenções. A vídeo-carta promove um encontro entre todos os envolvidos imprimindo a necessidade de se comunicar com outras pessoas através de imagens, de inventar um espectador. A vídeo-carta, a um só tempo, é um gesto de criação de mundo, que exige a necessidade de um destinatário. As versões finais devem conter títulos que explicitem o destinatário e créditos devem ser dados aos remetentes. O estilo é o modo de como intencionalmente o autor assume a interdependência do eu/outro, organiza e contextualiza as formas dentro de um olhar estrangeiro.

O estilo está relacionado a um querer dizer do locutor. [...] concepção de estilo, no sentido bakhtiniano, pode dar margens a muito mais do que a simples busca de traços que incidem a expressividade de um indivíduo. [...] implica sujeitos que instauram discursos a partir de

seus enunciados concretos, de suas formas de enunciação, que fazem história e são a ela submetidos. (BRAIT, 2005, p.98)

Nesse sentido, produzir uma vídeo-carta em um cronotopo pandêmico foi uma forma de evidenciar para o outro a sua realidade a partir de uma ótica singular do momento e do lugar em que estava, especialmente para aqueles que, acometidos pela pandemia, quiçá poderiam sair de seus lugares para interações com o outro. Para tanto, intentamos, na próxima seção, versar sobre a experiência que tivemos durante o período em voga.

Dialogando sobre a experiência

O cronotopo pandêmico evidenciou muitas problemáticas, em especial aquelas relacionadas à interação entre os sujeitos, tendo em vista a urgente e emergente necessidade de isolamento social. Face a isso, as interações e os diálogos ocorriam, majoritariamente, de forma virtual, cada um em seus espaços e, talvez, dividindo o mesmo tempo. No âmbito educacional, os desafios de se enfrentar uma sala de aula virtual, sem interação, sem diálogos e sem respostas eram rotineiros e, de certa forma, pavorosos, pois não se sabia e nem reconhecia o outrém.

Nesse sentido, cabia-nos estabelecer relações dialógicas, por mais difíceis que fossem, com nossos estudantes, a fim de nos aproximarmos, criarmos vínculos e lidarmos com o processo de ensino e aprendizagem durante a pandemia. Havia, também, a necessidade de se reconhecer enquanto sujeito, de reconhecer o seu espaço e de conhecer diferentes espaços mediados pela tecnologia. Desta necessidade, surgiu a oportunidade de, em um tempo e espaço pandêmico, dialogarmos com sujeitos ocupantes de outro espaço, mas inseridos em um mesmo tempo: a de dialogarem sobre suas experiências a partir da produção de vídeo-cartas.

Para a realização da atividade, duas turmas de ensino médio de escolas públicas do Paraná e de Alagoas dedicaram-se a apresentar seus lugares, seus espaços, suas curiosidades ao outro.

De início, foram realizados diálogos virtuais de apresentação, nos quais os estudantes puderam se conhecer e puderam dialogar sobre experiências que estavam vivenciando durante o período da pandemia. Após os diálogos estabelecidos, os estudantes foram motivados a apresentar os seus espaços àqueles que estavam a milhares de quilômetros de distância, o que deveria acontecer por meio de vídeo-cartas.

Durante as semanas que sucederam o encontro síncrono proposto, os estudantes foram postando “spoilers” por meio de imagens e mensagens de texto na plataforma Padlet antes da publicação das vídeo-cartas que estavam produzindo, de modo a aguçar ainda mais a curiosidade daqueles que as receberiam. O trabalho com o gênero discursivo vídeo-carta deu-se durante a realização do 3º ciclo das APNPs, no IFPR, o qual contou com a apresentação das características do texto, assim como com a exibição e discussão de diferentes vídeo-cartas via fórum, na plataforma Moodle. Ademais, na intenção de evidenciar as características do gênero discursivo vídeo-cartas, foi feito um trabalho colaborativo entre os componentes de língua portuguesa e artes, os quais ministravam aulas e postavam materiais em um mesmo espaço virtual, no qual foram apresentados vários exemplares aos estudantes, que puderam observar aspectos imagéticos, textuais, sonoros, dentre outros.

Além disso, as produções das vídeo-cartas, supervisionadas pelos docentes envolvidos no projeto, aconteceram durante o mês de setembro do ano de 2020 e a temática ficou a cargo dos estudantes: paisagens rurais, paisagens urbanas, gírias locais, história dos municípios da região sudoeste do Paraná e alimentação regional foram os temas elencados pelos estudantes do IFPR – Campus Coronel Vivida para a produção de suas vídeo-cartas, as quais trouxeram à tona diferentes pontos de vista sobre as temáticas, o que evidencia a pluralidade regional, assim como reitera a importância de darmos voz e garantirmos vez aos nossos estudantes que podem, por meio de trabalhos como estes, (re)interpretarem e (re)inventarem suas realidades. Salientamos

que, para que as interações pudessem acontecer, foi criada uma Trilha de Intercâmbio Virtual, por meio do Padlet, na qual eram postadas as mensagens feitas pelos estudantes de Alagoas para os do Paraná e vice-versa, conforme exposto na figura abaixo.

Nossos interlocutores, os estudantes de Alagoas, nos enviaram vídeo-cartas sobre a realidade local, as quais evidenciaram as paisagens palmeirenses, suas lendas e características do município onde vivem, o que possibilitou uma viagem virtual e singular e autoral pela cultura e pela história de Palmeira dos Índios, promovendo, efetivamente, um intercâmbio interestadual em tempos pandêmicos e de distanciamento social, o que pode ser observado nas imagens abaixo.



Legenda: print de tela padlet da autora 2021



Legenda: print de tela padlet da autora 2021

Nesse sentido, é possível afirmar que situações de crise aguda, como a decorrente da pandemia, por vezes guardam o potencial de fomentar reflexão, adaptação e mudança de comportamento. Ao perceber a gravidade da doença e o risco iminente que ela representou, todas as áreas da sociedade se depararam com a necessidade de desenvolver uma nova rotina, uma nova sensibilidade de mundo. A educação formal foi severamente impactada pelas condições impostas pela doença e, neste sentido, nós, professores e estudantes, nos questionamos e nos desafiamos a desenvolver diferenciadas estratégias para que o processo de ensino-aprendizagem pudesse ser, minimamente, continuado de alguma forma.

A proposição de atividades que versassem sobre a realidade dos estudantes e dialogassem com seus interesses fez com que a produção das vídeo-cartas pudesse trazer à tona situações do cotidiano dos estudantes, fazendo com que duas realidades, de certa forma distintas, fossem apresentadas, (re)descobertas e (re)conhecidas pelos sujeitos-autores em um exercício de pertencimento de seus cotidianos.

Nesse mesmo sentido e estabelecendo um diálogo com Sousa Santos (2020), a pandemia, embora tenha impactado toda a população mundial de forma dolorosa e desigual, traz à tona a necessidade de reflexão e mudanças em numerosas práticas presentes na sociedade contemporânea. Para o autor, é fundamental que, a partir desta crise que é consequência de outras crises que perduram há séculos, os indivíduos do século XXI tornem-se críticos e responsáveis quanto aos danos ambientais, sociais e culturais vinculados ao sistema hegemônico de produção, superando as dicotomias e cisões tão vitais à reprodução deste sistema, tais como a simplificação e fragmentação do conhecimento. Nesse sentido, revisitarmos nossas práticas e propomos atividades que visem a não ruptura do conhecimento, mas sim o diálogo entre as mais variadas áreas do saber faz com que possamos compreender ainda mais a importância de trabalhos que signifiquem a realidade dos estudantes.

Ao destacar a vídeo-carta do grupo paranaense que apresentou as paisagens urbanas, é possível perceber o domínio técnico dos estudantes em relação à linguagem videográfica, os quais utilizaram técnicas avançadas de edição de vídeo tais como *chroma key* com o objetivo de sobrepor imagens. Outro destaque da vídeo-carta que apresentou as comidas típicas do Paraná teve autorização para uso de uma trilha sonora com direitos autorais por se tratar de um trabalho com fins educativos.

Em outra vídeo-carta apresentada pelos estudantes paranaenses, houve a apresentação de gírias/expressões utilizadas na região onde esses estudantes residem em vídeo que foi gravado na praça central de uma cidade da região sudoeste do Paraná. Ao apresentarem expressões como “*piá*”, “*home do céu*”, “*é para cair os butiá do bolso*”, os estudantes trouxeram à tona reflexos de sua realidade linguística, ou seja, evidenciaram para seus interlocutores, formas de comunicação local, as quais estão diretamente relacionadas ao contexto em que estão inseridos.

Entre as vídeo-cartas recebidas de Alagoas, uma que teve maior número de visualizações foi a que tratava sobre a lenda da cachorra de Palmeira dos Índios, visto que, nela, o estudante se apresenta em frente à câmera para contar uma das histórias que faz parte da cultura local e, além disso, ele apresenta ilustrações da lenda em desenho produzidas por ele.

Outro destaque é dado pelos estudantes paranaenses à vídeo carta recebida de Alagoas, a qual tinha como temática os povos indígenas de alagoas. A vídeo-carta tem 2'05" e é produzida com imagens fotográficas, mapas e desenhos, mas o que mais chama a atenção é a narrativa da estudante alagoana que com seu sotaque alagoano trata do assunto com muito respeito e orgulho de sua ancestralidade do povo xucuru kariri trazendo à tona a discussão para os estudantes do Paraná, que também vivem próximo a uma terra indígena de Kaingangs e Guaranis.

Não obstante, entre as vídeo-cartas recebidas de Alagoas, uma se destacava por ser uma produção profissional, o link levava para um canal do youtube chamado “Fiapo de Arte apresenta: Palmeira

dos Índios / AL⁹". É válido destacarmos que cabia incluí-la, porque foi produzida pelos estudantes em um outro momento anterior com fins turísticos, no entanto, o que podemos perceber é que não atendia ao gênero vídeo-carta, pois não havia nela uma autoria ética na qual o próprio autor se coloca no texto, aparecendo no vídeo ou narrando sua história, assumindo seu sotaque e autoria.

Considerações finais

Nas vídeo-cartas, nos interessa o posicionamento estético do autor na obra, e não o do autor da obra; o foco está no nascer das ideias nas negociações ético-estéticas (ideológicas); nas forças reguladoras nas interações registradas nas negociações; patrimônio legal (ético) versus processo intelectual (estético). Uma produção autoral com destinatário pontual, diferente de propaganda turística, ou de vídeos produzidos por youtubers sem público-alvo definido.

Bakhtin, na sua teoria do dialogismo salienta que "culturas não se fundem nem se confundem; cada um mantém sua unidade e integridade aberta, mas elas se enriquecem mutuamente" (BAKHTIN, 2011, p. 366). O intercâmbio entre estudantes mediados pelas vídeo-cartas provoca nos estudantes uma vontade de autoria. Para aquele que o "outro" pelo qual me interessou é também aquele que me constitui como estudante do ensino médio. É nele, nesse "outro" e com o "outro" que me movimento no ato de criar para ele.

O senso estético é construído socialmente através de vivências e experiências do e no cotidiano, seja ele artístico ou não. Considerando o processo criador de comunicação e expressão manifestado nas produções áudio-visuais de ambos os grupos, podemos dizer que a estética é a forma com que algo se organiza para produzir sentido.

⁹ disponível em; <https://youtu.be/rqYpALTgcWE> acessado em 02 mai 2023

Entre as 12 vídeo-cartas trocadas entre os estudantes do Paraná e Alagoas podemos perceber a predominância em narrar assumindo um ato responsável que mostra as pessoas nas ruas, nas casas, mesmo recortados pelas temáticas sugeridas, os atores estudantes, autores/éticos nos vídeos, apresentam as paisagens, arquiteturas e manifestações culturais locais como mediadores daquele conteúdo, naquele espaço e naquele tempo, narrando suas escolhas para o destinatário.

Referências

- ACOSTA PEREIRA, R.; OLIVEIRA, A. M. de. **O cronotopo nos estudos dialógicos da linguagem**. In: FRANCO, N.; ACOSTA PEREIRA, R.; COSTA-HÜBES, T. da C. (Orgs.). Estudos dialógicos da linguagem: reflexões teórico-metodológicas. Campinas - SP: Pontes, 2020, v. 1, p. 89-108.
- BAKHTIN, M. **Para uma filosofia do ato responsável**. Trad. Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da Criação Verbal**. Tradução Paulo Bezerra. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- BRAIT, Beth. **Mikhail Bakhtin Discurso na vida e discurso na arte**. In: DIETZSCH, Mary Julia Martins. Espaços de linguagem na educação. São Paulo Humanitas, 2005.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **A globalização imaginada**. Trad. Sérgio Molina, São Paulo: Iluminuras, 2007.
- SOSNOWSKI, K. VESCOVI, J.P. **Trocando videocartas na pandemia da COVID 19: projeto integrado de Arte e Língua Portuguesa em um intercâmbio Cultural (2020)** Disponível em: <https://ifpr.edu.br/coronel-vivida/trocando-videocartas-na-pandemia-da-covid-19-projeto-integrado-de-arte-e-lingua-portuguesa-em-um-intercambio-cultural/> Acessado em: 06 de abr 2023.

SOUZA e ALBUQUERQUE, 2012. **Padlet**. Disponível em : <https://padlet.com/katyusciasosnowski/trilha-do-interc-mbio-virtual-paran-e-alagoas-gphm93svggk8tmbg> acesso em 06 mai 2023

CAPÍTULO 5

O GÊNERO ENTREVISTA – PAULO BEZERRA E SUAS TRADUÇÕES DA OBRA BAKHTINIANA: UM ENCONTRO DE MESTRES

Kátia Cilene S. S. Conceição
Jean Marcel Oliveira Araújo

Mikhail Bakhtin, de Oriol, na Rússia (1895-1975) dispensa apresentações mais formais, pois, como cita Carlos Alberto Faraco (2009), estudioso do autor russo, “Bakhtin e seu Círculo têm já um lugar consolidado na história do pensamento linguístico”. Como afirma Faraco, trata-se de uma “rica e densa contribuição filosófica que veio se somar às muitas outras que têm tentado, ao longo de milênios, apreender o Ser da linguagem” (Faraco, 2009, p. 9). Líder e parceiro dos intelectuais do círculo, grupo multidisciplinar com interesses, formações e atuações diversas e regulares, especialmente no período de 1919 a 1929, (Faraco 2009, p. 13), Bakhtin deixa um legado que ultrapassa as forças de ditaduras e propõe interações pautadas na alteridade, responsividade, audibilidade e, principalmente, dialogismo. Embora punido por sua ousadia intelectual com o exílio e trabalhos forçados, impacta as gerações seguintes de estudiosos que retomam sua produção e a divulgam para o mundo.

Falar de Mikhail Bakhtin sem falar do tradutor de suas obras no Brasil, da Língua Russa para a Língua Portuguesa, professor Paulo Azevedo Bezerra (07/02/1940), é tarefa quase impossível, especialmente se considerarmos o que já foi falado sobre ele em entrevistas de TV, rádio, e na mídia em geral sobre o trabalho de tradução desenvolvido por décadas. Brasileiro, natural de Pedra Lavrada, cidade da Paraíba, é professor aposentado da UFF, Universidade Federal Fluminense, onde lecionou até 2010. Com

muitas premiações pelo trabalho intelectual desenvolvido, concedidas tanto por instituições brasileiras quanto pelo governo russo, o tradutor deixa sua contribuição para os estudos da língua russa, da análise do discurso na perspectiva bakhtiniana, entre outras, nos propiciando acesso a teorias tão complexas. Paulo Bezerra traduziu muitos títulos do filósofo da linguagem, M. Bakhtin e há alguns anos vem realizando uma atualização em algumas produções, como a coleção de Teoria do Romance, publicada pela editora 34, entre outros escritos bakhtinianos, anteriormente já traduzidos por ele.

Todavia, é muito importante falarmos sobre o encontro de ambos, Bakhtin e seu tradutor no Brasil, e da importância das traduções de sua obra para o campo acadêmico, bem como para o campo epistemológico de modo geral, especialmente para quem pretende se aprofundar no estudo do discurso, como algumas que seguem listadas.

São alguns desses títulos traduzidos:

Bakhtin, M. (2001). **O freudismo**: um esboço crítico (B. Bezerra, trad.). São Paulo: Perspectiva. (Trabalho original publicado em 1927).

Bakhtin, M. (2003). Arte e responsabilidade. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal**. (4. ed., P. Bezerra, trad., pp. XXXIII-XXXIV). São Paulo: Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1919).

Bakhtin, M. (2003). Conferências sobre a história da literatura russa. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 411-422). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1920).

Bakhtin, M. (2003). O autor e a personagem na atividade artística. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 3-192). São Paulo: Martins Fontes. (Trabalho original publicado em 1920-1930).

Bakhtin, M. (2003). O romance de educação e sua importância na história do realismo. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P.

- Bezerra, trad., pp. 205-258). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1936-1938).
- Bakhtin, M. (2003). Metodologia das ciências humanas. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 393-410). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1940).
- Bakhtin, M. (2003). Os gêneros do discurso. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 261-306). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1951-1953).
- Bakhtin, M. (2003). O problema do texto na linguística e nas outras ciências humanas. Uma experiência de análise losóca. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 307-336). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1959-1961).
- Bakhtin, M. (2003). Reformulação do texto de Dostoiévski. In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 337-358). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1961-1962).
- Bakhtin, M. (2003). Os estudos literários hoje (Resposta a uma pergunta da revista *Novi Mir*). In M. Bakhtin. **Estética da criação verbal** (P. Bezerra, trad., pp. 359-366). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1970).
- Bakhtin, M. (2003). Apontamentos de 1970-1971. In M. Bakhtin, **Problemas da poética de Dostoiévski**. (4. ed., P. Bezerra, trad., p. 367-392). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1970-1971).
- Bakhtin, M. (2008). **Problemas da poética de Dostoiévski**. (4. ed., P. Bezerra, trad.). Rio de Janeiro: Forense Universitária. (Trabalho original publicado em 1929 [primeira edição] e 1963 [segunda edição reformulada]).

TRADUÇÕES PUBLICADAS PELA EDITORA 34 - editora detentora dos direitos da obra de M. Bakhtin no Brasil

Mikhail Bakhtin, **Teoria do Romance I: A estilística** (O discurso no romance), tradução, prefácio, notas e glossário de Paulo Bezerra, 2015.

Mikhail Bakhtin, **Os gêneros do discurso**, organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra, 2016.

Mikhail Bakhtin, **Notas sobre literatura, cultura e ciências humanas**, organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra, 2017.

Mikhail Bakhtin, **Teoria do romance II: As formas do tempo e do cronotopo**, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra, 2018.

Mikhail Bakhtin, **Teoria do romance III: O romance como gênero literário**, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra, 2019.

Mikhail Bakhtin, **O autor e a personagem na atividade estética**, tradução, prefácio, notas e glossário de Paulo Bezerra, 2023.

O TRADUTOR PAULO BEZERRA E O FILÓSOFO DA LINGUAGEM M. BAKHTIN

A arte de traduzir uniu esses dois intelectuais, mas certamente há mais pontos de aproximação entre ambos para além do trabalho de tradução de obras de Bakhtin realizado por Paulo Bezerra.

Tivemos o privilégio de conhecer e conviver com o professor Paulo Bezerra durante o período de realização do nosso doutorado na UFF, e ouvir da boca do professor/tradutor o que muitos tiveram acesso apenas virtualmente. Nos bastidores, no intervalo entre uma aula e outra, o tradutor, pesquisador, professor nos ensinava também o significado de ser um mestre, na sua conduta generosa, bem-humorada e sempre atenciosa com todos os alunos que o cercavam tentando ampliar, um pouco mais que fosse, o tempo de proximidade a tantos ensinamentos que nos seduziam na sala de aula. M. Bakhtin parecia também ter esse imã, que atraía a quem se aproximava dele, por sua sabedoria e vontade de compartilhar seus

conhecimentos. Assim se deu com os integrantes do círculo bakhtiniano, dos quais muitos eram professores e educadores, em destaque Valentin N. Voloshinov e Pavel N. Medvedev, e, mais tarde, 1960, com o trio de estudantes de Moscou - Vadim Kójinov, Serguei Botcharov e Guéorgui Gátchev - que deu visibilidade ao seu trabalho já quase em ostracismo “nos principais circuitos acadêmicos e literários da União Soviética” (Bakhtin, 2019, p. 172). Assim, entre ambos, Bakhtin e Paulo Bezerra, dedicados ao trabalho com a linguagem, a literatura e o discurso, há muitas coincidências, duas personalidades que convivem a tantos anos por meio do trabalho intelectual.

Beth Brait, na apresentação do livro *Questões de estilística no ensino de língua*, de M. Bakhtin (2013), intitulado *Lições de gramática do professor Mikhail M. Bakhtin* destaca “o lado professor do autor de Problemas da poética de Dostoiévski”, que “se preocupava com um ensino que, tratando abstratamente a língua, não lograva de fato ensinar seu comportamento vivo aos alunos” (BAKHTIN, 2013, p. 9, 10). Nesse texto, Beth Brait nos apresenta um Bakhtin que não aparece nas biografias convencionais do autor, mas um professor que teorizando adentra na prática escolar e vice-versa, desvendando questões metodológicas em pauta até os dias atuais, inclusive no ensino de Língua Portuguesa no Brasil.

Há explicitamente nesse trabalho de Bakhtin a demonstração de que ele estava atento ao contexto escolar e à crise do ensino de língua em curso desde o início do século XX, e que sua atuação consistia, dentre outras coisas, em rever a posição do ensino da gramática na escola, considerando que uma certa estilística, então no centro de suas preocupações, poderia, se articulada à gramática, auxiliar os professores e levar os alunos a um conhecimento ativo de procedimentos característicos da língua literária e, também, da língua do cotidiano, da língua viva, em uso (BRAIT, 2013, p. 11).

Assim, autor e tradutor se assemelham na didática e na preocupação em fazer com que nós, alunos, entendamos nossas escolhas lexicais ou sintáticas e o que isso acarreta em termos de discursividade e “como as variantes nas escolhas do

falante/escrevente dizem coisas diferentes, sublinhando o ponto de vista do locutor, sua expressividade, os diferentes efeitos de sentido e a autoria (Brait, 2013, p. 15).

Além de Beth Brait, Faraco também destaca a atuação de M. Bakhtin como professor “(...) embora sem vínculos institucionais (principalmente por problemas de saúde) até ser preso em 1929 (Faraco, 2009, p. 14). Sabemos, ainda, que foi professor de história, sociologia e língua russa durante a guerra civil, em Nével, na Bielorrússia, em Saransk, no Instituto Pedagógico da Mordóvia entre 1936 e 1937, em Saviólovo, em duas escolas do ensino médio até 1945, e, novamente, no Instituto Pedagógico da Mordóvia, já como universidade, dedicando-se à docência até sua aposentadoria em 1961 (Bakhtin, 2019, p. 171-172).

Retomando a preocupação de Bakhtin sobre a crise no ensino da língua russa e nos desafios de ensiná-la, da mesma forma, também, quando o tradutor fala da tarefa de traduzir o pensamento de Bakhtin, fala dos desafios que a língua representa para adentrar seus sentidos. Assim, traduzir Bakhtin é mais do que um ato tradutor, é encontrar-se literalmente com seus pensamentos por meio de suas palavras e achar nelas a unidade de sentidos com fins a evitar as incongruências conceituais. Como diz Paulo Bezerra, o tradutor, no prefácio de Teoria do Romance I (2015), “Traduzir Bakhtin, além de ser um desafio extremamente difícil, é também arriscado, porque o tradutor depara um conjunto de categorias de seus pensamentos de conceitos que abrangem todo um sistema de reflexões embasado em algo que talvez se possa chamar de filosofia estética” (Paulo Bezerra, 2015, p. 10).

Assim, da mesma maneira que Bakhtin alerta sobre as nuances da língua, Paulo Bezerra, segue explicando, ainda, que para traduzir é preciso “observar com a máxima acuidade possível o emprego de cada categoria em seu contexto específico, apreendendo sua coesão semântica e sustentando-a sempre (...) (Bezerra, 2015, p. 10). Ainda parafraseando o tradutor, é necessário ter uma convivência sólida com a teoria traduzida, ter formação em Teoria Literária, conhecimento da cultura de partida, e vasto

domínio da língua de chegada, evitando, assim, esgarçamentos, ações deletérias e incongruências na interpretação que possa comprometer a uniformidade das categorias do pensamento de Bakhtin. Paulo Bezerra também aconselha o tradutor que encontra dificuldades tradutórias, como cita na entrevista ao G1, 2019: “O tradutor deve orientar-se nos mestres nacionais quando se depara com grandes dificuldades no processo tradutório, posto que sua língua de chegada é a língua nacional, e neste caso os mestres da escrita são a melhor referência.”.

A sua reflexão teórica a respeito do processo de tradução também inclui a recepção, responsabilidade assumida por ele, o tradutor e professor Paulo Bezerra, especialmente ao lidar com termos que talvez não fizessem parte do repertório de seus interlocutores, ou que não lhe sejam familiares, como explica: “Sempre evitei empregar o termo “heteroglossia” com meus alunos, preferindo “diversidade de discursos”, ou vez por outra “heterodiscurso”. E assim procedi por entender que a Teoria Literária tem a função de iluminar o texto, e não de dificultar o acesso à sua gama de sentidos. (Bezerra, 2015, p. 11, 12). Assim, podemos dizer que, à semelhança do autor, o tradutor preocupa-se em encontrar métodos de interação com seus interlocutores, prevendo os ruídos que possam comprometer o entendimento de suas reflexões, e para tanto lança mão de estratégias dialógicas para acionar a compreensão do/no outro.

Por isso, como reforça Adriana Pucci Penteadó (2016, p. 266), Paulo Bezerra é considerado “expoente dos estudos bakhtinianos e nome de destaque no cenário da recepção das obras de Bakhtin no Brasil.”, chamando a atenção, ainda, para o diferencial do trabalho tradutório de Paulo Bezerra:

No entanto, a contribuição da nova tradução não pode, de maneira nenhuma, ser reduzida a uma maior precisão terminológica. Trata-se de um texto que se aproxima da voz de seu autor, do próprio acabamento estético que Bakhtin deu à sua obra. E contemplar esse

trabalho na companhia de Paulo Bezerra é, indubitavelmente, um grande privilégio. (Penteado, 2016, p. 268)

Dessa forma, apesar das diversas facetas que encontramos nas descrições do trabalho realizado por Bakhtin, como chama a atenção José Luiz Fiorin (2016, p. 19), a depender do foco do pesquisador, encontramos um Bakhtin diferente, seja compreendendo-o como o Bakhtin pós-modernista, o Bakhtin interacionista, o linguista ou teórico da literatura, parafraseando Faraco, o seu trabalho constitui uma *prima philosophia*, com o objetivo de se envolver com a construção de uma reflexão filosófica ampla (Faraco, 2009, p. 17). Nesse sentido, empenhado nessa responsabilidade e responsividade, encontramos na tradução de Paulo Bezerra da obra de Bakhtin, o compromisso de oferecer um trabalho completo da teoria Bakhtiniana. Sendo assim, versões ampliadas e atualizadas dos textos de M. Bakhtin, iniciadas desde a publicação de *Os gêneros do discurso* (2016), se ampliam na coletânea de *Teoria do Romance I, II e III*, sempre a partir de textos originais e completos de M. Bakhtin, fruto de uma busca incansável do tradutor pelo encontro com a voz de Bakhtin, como cita Penteado, o que nas palavras de Paulo Bezerra, reflete também, a perseverança do pesquisador.

A necessidade de revisitar os textos já traduzidos anteriormente reforçam, ainda, esse caráter do comprometimento do tradutor com seu público, ampliando e aprofundando conceitos, lapidando o que já era precioso para que o “conjunto da obra bakhtiniana” seja o mais acessível possível ao público leitor que se beneficia e se desenvolve com sua teoria.

Os cuidados do tradutor, cujos conhecimentos não deixam de fora a teoria bakhtiniana, longe de serem meros preciosismos, visam assegurar que o texto vertido esteja em consonância com a perspectiva dialógica. Nesse sentido, um ganho importante da nova tradução diz respeito aos trechos de outros autores citados por Bakhtin no decorrer do livro, sobretudo os que compõem sua análise 3. A começar pelas eventuais adaptações em relação às traduções em

língua portuguesa consultadas – conforme a nota de rodapé 33 (p.125), referente ao Gargântua e Pantagrue de François Rabelais, por exemplo, bem como a nota 13 (p.56), referente ao Asno de ouro de Apuleio. Na nota referente à obra de Apuleio, o tradutor acrescenta que tais modificações visam acomodar a análise proposta por Bakhtin, adequando e atendendo o texto citado aos propósitos do autor russo, sem com isso deturpá-lo de seus sentidos originais. (Resenha Teoria do Romance II, p. 5)

Assim, nas novas traduções, a preocupação do tradutor segue as premissas do mestre professor, na sua didática, para atingir seu interlocutor, mas sem perder o compromisso com o autor traduzido, bem como a coerência com as muitas responsabilidades do trabalho do tradutor. Todo esse comprometimento fica registrado na busca por fontes fidedignas que enriqueçam o diálogo com a obra bakhtiniana e nas estratégias utilizadas nas traduções feitas por Paulo Bezerra das obras de Bakhtin, seja por meio da organização dos sumários, reelaboração de títulos, seja nos diálogos oferecidos nas citações e notas de rodapé, com preciosos detalhes da composição das obras, ou, ainda, na produção dos textos dos prefácios/apresentações e posfácios, onde o tradutor esmiúça os temas por meio de análises, antecipando e respondendo possíveis dúvidas do leitor como explica Orison Marden Bandeira (2020), na resenha de Teoria do Romance III.

Essa estranheza, no entanto, é facilmente dissipada pela compreensão do seu sentido, restando aos leitores e estudiosos do romance à luz bakhtiniana se adequar aos novos termos e títulos, sabendo que são resultados de estudos e pesquisas de scholars especialistas nas obras do Círculo. Ademais, o leitor da tradução de Paulo Bezerra deve se sentir privilegiado por essa informação, trazida no terceiro volume da Teoria do romance, tendo em vista que em nenhuma versão da obra no inglês, espanhol, francês e italiano essa explicação é dada ao leitor. (...) poderão perceber o enriquecimento ao texto proporcionado por Paulo Bezerra, que, mais uma vez, utilizando-se dos seus conhecimentos linguísticos, literários, tradutórios e teóricos (em especial, da teoria dialógica),

traz ao leitor um texto que é mais completo em si mesmo—com a inserção de todas as notas de Bakhtin suprimidas anteriormente e as notas e observações tão ricas do tradutor—,completando a Teoria do romance proposta por Bakhtin.(2020, p. 231, 232)

Além das falas citadas, que enaltecem o trabalho realizado por Paulo Bezerra e ressaltam a importante contribuição de suas traduções para os campos diversos do conhecimento, podemos confirmar com o autor a pluralidade cultural do seu trabalho, bem como o reconhecimento de outros mestres sobre a qualidade incontestável de suas traduções vertidas da língua russa, sejam elas teóricas ou ficcionais:

Boris Schneiderman, falante nativo do russo, doutor e autor de vários livros e mais de uma centena de artigos nessa área, pioneiro da tradução direta dessa língua para o português, fundador da cadeira de língua e literatura russa na USP, grande mestre de todos nós tradutores de russo e maior conhecedor de Dostoiévski e das sinuosidades de sua linguagem, assim como da literatura e da cultura russa no Brasil, sempre me fez observações altamente valiosas sobre tradução, estimulou e elogiou minhas traduções, particularmente as de Dostoiévski. Num evento em homenagem ao Boris na Biblioteca Mário de Andrade em São Paulo, quando compus a mesa com Antonio Candido, Lygia Fagundes Telles e o secretário de cultura do município de São Paulo, Candido me fez grandes elogios à minha tradução de Os irmãos Karamázov de Dostoiévski, destacando o uso criativo da língua portuguesa falada no Brasil e o emprego dos provérbios e formas idiomáticas tipicamente nossas. (Paulo Bezerra, G1, 2019)

Assim, nossas reflexões e considerações que compõem o nosso trabalho de leitura a partir de alguns conceitos de M. Bakhtin, amparados pelos dizeres do nosso mestre Paulo Bezerra, muito encontraram suporte nas entrevistas que o professor/tradutor Paulo Bezerra concedeu para diversos meios de comunicação e que reverberam seu pensamento sobre o ato de traduzir: No seu inenarrável encontro com Jô Soares, no Programa do Jô, em nove

de dezembro de 2011; em entrevistas diversas disponíveis em jornais online, plataformas digitais e inúmeros sites na internet, por exemplo, lidas, ouvidas ou assistidas para realização deste capítulo, somando-se às fontes já mencionadas. Em todas elas fica uma lição que se repete sobre o trabalho de tradução, primeiramente que perfeição não existe, mas que tudo é passível de ser aprimorado, desde que se tenha critérios e ética, pois:

O tradutor de texto original é um mediador entre o autor e o leitor de sua tradução, e esta é uma interação entre duas línguas, dois sistemas de códigos linguísticos, duas culturas e, sem nenhum exagero, duas subjetividades criadoras. O tradutor que suprime palavras de uma obra de ficção em prosa ou a maneira, o estilo do autor, com a intenção de torná-lo mais palatável, a certo gosto comete a presunção de se achar superior a ele, a ponto de poder ‘corrigi-lo’. (Paulo Bezerra, G1, 2019)

Desta maneira, finalizando este trabalho, que se configura também na realização de um projeto, desenvolvido com muito apreço em retribuição a tantos ensinamentos, consideramos esse um momento de êxito e muita aprendizagem, pois é um grande desafio para nós falarmos sobre Bakhtin com tantos nomes de prestígio que já o fazem em grande estilo. Lamentamos, apenas, não podermos compartilhar a conclusão deste livro com nosso estimado professor Luis Filipe Ribeiro, que tanto nos incentivou a realizar esta tarefa. Temos a certeza, todavia, de que ele se encontra entre nós por meio de suas palavras que ecoam neste livro, bem como por meio do nosso desejo de que sua presença perdure nos seus ensinamentos que aqui compartilhamos. Finalizamos, portanto, com um pouco da sua ironia bem-humorada, de quando costumava dizer após suas inesquecíveis aulas (e gostava de parafrasear Brás Cubas, de Memórias Póstumas, de Machado de Assis): “Se te agradar, fino leitor, pago-me da tarefa; se te não agradar, pago-te com um piparote, e adeus.” (Machado de Assis, 1881)

Referências entrevistas

Entrevistas

Programa do Jô | Paulo Bezerra já traduziu mais de quarenta obras literárias | Globoplay <https://globoplay.globo.com/v/1726426/>

Traduzindo Dostoiévski - Entrevista com Paulo Bezerra e Jacyntho Lins [AGENDA] <https://www.youtube.com/watch?v=Te7hQPpvOhk>

Paulo Bezerra - Traduzir Dostoiévski <https://www.youtube.com/watch?v=TpgJbKzGPrM>

<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2019/03/04/tradutor-de-mais-de-50-obras-russas-paulo-bezerra-fala-de-literatura-politica-e-regionalismos.ghtml>

TradTerm entrevista: Paulo Bezerra - revistas.usp.br Revistas USP <https://www.revistas.usp.br> › article › download

<https://revistacult.uol.com.br/home/vinte-anos-com-dostoiievski/?fbclid=IwAR2xIvEecRNPPq-VrG6Nc5vDO9ypVboN8BbcBXh2dJiHhnXfLNfRbfBQCNY>

boris - revistas.usp.br Revistas USP <https://www.revistas.usp.br> › article › download PAULO BEZERRA – BRASIL DE FATO 2013 WordPress.com <https://almanakito.wordpress.com> › 2016/03/10 › paul...

Traduzir é uma arte UFMG <https://www.ufmg.br> › boletim › bol1442 › sexta <https://www.ufmg.br/boletim/bol1442/sexta.shtml>

Nossos três russos - Revista Piauí - UOL Revista Piauí <https://piaui.folha.uol.com.br> › materia › nossos-tres-r.

Tradutor fala das influências dos autores russos O TEMPO <https://www.otempo.com.br> › ... › magazine

Café com Tapioca 5: Polifonia - Paulo Bezerra - YouTube YouTube <https://www.youtube.com> › watch

Professor Paulo Bezerra: 'Cada personagem tem vida ... Estado de Minas <https://www.em.com.br> › Pensar

Tradutor Paulo Bezerra fala sobre as obras de Mikhail ...  TV Cultura <http://culturafm.cmais.com.br> > ... > De volta 'pra' casa

Tradutor de mais de 50 obras russas, Paulo Bezerra fala ... - G1  G1 <https://g1.globo.com> > paraiba > noticia > 2019/03/04 > t.

TradTerm entrevista: Paulo Bezerra - revistas.usp.br Revistas USP <https://www.revistas.usp.br> > article > download

Entrevista com o tradutor Paulo Bezerra – Time to learn!  WordPress.com <https://eduardateaches.wordpress.com> > 2016/07/15

Bibliografia

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin. Parábola Editorial, 2009.

FIORIN, José. **Introdução ao pensamento de Bakhtin**. São Paulo. Ed. Contexto, 2016.

BRAIT, Beth. BAKHTIN, M. **Lições de gramática do professor Mikhail M. Bakhtin**. *In*: Questões de estilística no ensino da língua. Tradução, posfácio e notas de Sheila Grillo e Ekatarina Vólkova Américo. Org. e notas da edição russa Serguei Botcharov e Liudmila Gogotichvíli. São Paulo. Editora 34, 2013. P. 8,9.

BAKHTIN, M. **Notas sobre literatura, cultura e ciências humanas**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo. Editora 34, 2017.

BAKHTIN, M. **Os gêneros do discurso, organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra**. São Paulo. Editora 34, 2016.

BAKHTIN, M. **O autor e a personagem na atividade estética**. 1. ed. Tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. Notas de edição russa Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo. Editora 34, 2023.

BAKHTIN, M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. (4. ed., P. Bezerra, trad.). Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2008.

BAKHTIN, M. **Questões de estilística no ensino da língua**. Tradução, posfácio e notas de Sheila Grillo e Ekatarina Vólkova

Américo. Org. e notas da edição russa Serguei Botcharov e Liudmila Gogotichvíli. São Paulo. Editora 34, 2013.

BAKHTIN, M. **Teoria do Romance I:** A estilística (O discurso no romance), tradução, prefácio, notas e glossário de Paulo Bezerra. São Paulo. Editora 34, 2015.

BAKHTIN, M. **Teoria do romance II:** As formas do tempo e do cronotopo, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo. Editora 34, 2018.

BAKHTIN, M. **Teoria do romance III:** O romance como gênero literário, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo. Editora 34, 2019.

BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do romance I:** a estilística. Tradução, prefácio, notas e glossário de Paulo Bezerra; organização da edição russa de Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo: Editora 34, 2015. 256p

Book reviews • Bakhtiniana, Rev. Estudo. Discurso 11 (1) • Jan-Apr 2016 • <https://doi.org/10.1590/2176-457324424>

Adriana Pucci Pentead de Faria e Silva; QUEIJO, Maria Elizabete da Silva. Bakhtiniana, São Paulo, 14 (2): 150-158, Abril/Junho 2019. Resenha BAKHTIN, Mikhail. **Teoria do romance II:** As formas do tempo e do cronotopo. Tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra; organização da edição russa de Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo: Editora 34, 2018. 272p. <http://dx.doi.org/10.1590/2176-457340996>

BAKHTIN, M. **Teoria do romance III:** o romance como gênero literário. Tradução, posfácio e notas Paulo Bezerra; organização da edição russa de Serguei Botcharov e Vadim Kójinov. São Paulo: Editora 34, 2019. 144p. Orison Marden Bandeira de Melo Júnior**Universidade Federal do Rio Grande do Norte –UFRN, Departamento de Línguas e Literaturas Estrangeiras Modernas, Natal, Rio Grande do Norte, Brasil; <https://orcid.org/0000-0002-7592-449X>; junori36@uol.com.br

232 Bakhtiniana, São Paulo, 15 (2): 229-237, abril/jun. 2020. Todo conteúdo de Bakhtiniana. Revista de Estudos do Discurso está sob Licença Creative Commons CC -By 4.0

SOBRE A ORGANIZADORA E O ORGANIZADOR



Kátia Cilene S. S. Conceição

Natural do Pará. Graduada em Letras Português/Inglês e Mestre em Letras pela Fundação Universidade Federal de Rio Grande (FURG). Doutora em Estudos de Literatura pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Pós-doutora em estudos de linguagem pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR-Pato Branco). Docente com

Dedicação Exclusiva no Instituto Federal do Paraná, Campus Palmas desde 2013. Desenvolve pesquisa na área de Letras e estudos do discurso.



Jean Marcel Oliveira Araújo

Natural da cidade de Feira de Santana, Bahia, é doutor em Letras pela Universidade Federal Fluminense. Autor do livro *Negra, mas limpinha: urbanização e controle social em Salvador-Bahia-Brasil* (2015). Professor da Educação Básica e superior, atuando no Ensino Fundamental II e Ensino

Médio e na Universidade do Estado da Bahia, campus XIII/Itaberaba. Realiza estudos sobre o romance de 30 e literatura baiana.

SOBRE AS AUTORAS E OS AUTORES



Diego Roberto da Silva Apulinário

Natural de Palmas, Paraná. Graduado em LETRAS PORTUGUÊS-INGLÊS pelo Instituto Federal do Paraná-IFPR, CAMPUS PALMAS (2020), tem especialização em Formação de Docentes: Educação Infantil, Alfabetização e Educação Especial pelo Centro Universitário FAVENI-UNIFAVENI (2023). É Professor de Educação Infantil junto à Secretaria

de Educação, Cultura e Esportes de Dois Vizinhos-Paraná; Atuou como professor de Português e Inglês junto à Secretaria Estadual de Educação do Estado do Paraná- SEED/PR (2021-2022); tem experiência na área de Alfabetização e Letramento com ênfase em Contação de Histórias e Ludicidade como práticas de ensino.



Jessica Paula Vescovi

Possui graduação em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2012), mestrado (2014) e doutorado (2019) em Letras - Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Atualmente, é professora de língua portuguesa e língua inglesa do Instituto Federal do Paraná

(IFPR), Campus Avançado Coronel Vivida. Tem interesse na área de Letras, com ênfase em onomástica, lexicologia, estudos

dialógicos do discurso, reescrita, letramento acadêmico e escrita acadêmica.



Katyuscia Sosnowski

Doutora em Informática na Educação – PPGIE – UFRGS/ UNT Universidade do Norte do Texas (2015), Mestre em Artes Visuais pelo PPGAV – UDESC (2011); Especialista em Arte – Educação e Tecnologias Contemporâneas pela UNB (2007), Especialista em Mídias na Educação pela FURG (2012), Licenciada em Educação Artística – habilitação em Artes Plásticas pela FAP (1998). Docente de Artes Visuais no Instituto Federal do Paraná-IFPR Campus Coronel Vivida; membro do grupo de pesquisa NESTA – Núcleo de Estudos em Subjetivação Tecnologia e Arte UFRGS, Representante do NAC – Núcleo de Arte e Cultura no Campus Coronel Vivida.

