

Um recorte do mundo na mídia sob o olhar da Semiologia

A snippet of the world in the media from the perspective of Semiotics

Maria Aparecida Lino PAULIUKONIS (UFRJ)
aparecidalino@letras.ufrj.br

Rosane Santos Mauro MONNERAT (UFF)
rosanemonnerat@id.uff.br

Recebido em: 20 de jan. de 2022.
Aceito em: 02 de mar. de 2022.

PAULIUKONIS, Maria Aparecida Lino; MONNERAT, Rosane Santos Mauro. Um recorte do mundo na mídia sob o olhar da Semiologia. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 12, n. esp., e2409, p. 97-115, out./2022. DOI: 10.22168/2237-6321-2409.

Resumo: Este artigo tem como proposta discutir o conceito de texto como discurso sob fundamentos da Teoria Semiológica (CHARAUDEAU, 2006, 2007, 2008, 2010), uma das vertentes da Análise do Discurso de base interativo-comunicacional. Um dos objetivos é analisar como se dá a apreensão dos sentidos de um texto, tomando por base o exame de operações discursivas realizadas pelos sujeitos enunciantes em uma situação social específica e regidos por um *contrato comunicativo*. Para tanto, pretende-se analisar o processo enunciativo presente em uma reportagem jornalística, intitulada "Sob comando Talibã, Afeganistão volta a ter música como tabu e artistas silenciados", publicada por meio digital, no jornal *Gazeta Brasil*, no dia 22/8/2021, não apenas verificando como se dá a criação da imagem do (Tu) destinatário e sua captação por diversos meios patêmicos (*pathos*), como também destacando os índices de subjetividade que são mais frequentes, responsáveis pela adesão do leitor. Como complemento à temática do texto noticioso, far-se-á a apresentação de duas fotos de grafites de autoria da artista afegã Shamsia Hassani, cujo trabalho centraliza a opressão da mulher na sociedade afegã atual, sobretudo, após a tomada do poder pelos talibãs em agosto de 2021.

Palavras-chave: Texto. Discurso midiático. Enunciação. Patemização.

Abstract: This paper proposes to discuss the concept of text as discourse on the basis of the Semioliinguistic Theory (CHARAUDEAU, 2006, 2007, 2008, 2010), one of the aspects of Discourse Analysis, under an interactive-communicational bias. One of the objectives is to analyse how the apprehension of the meanings of a text takes place, based on the examination of discursive operations, carried out by the enunciators, in a specific social situation and governed by a *communicative contract*. Therefore, it is intended to analyze the enunciative process present in a journalistic report, entitled “Under Taliban command, Afghanistan once again has music as a taboo and artists are silenced”, published digitally by *Gazeta Brasil* newspaper, on 8/22/2021, not only verifying how the image of the interlocutor is created and captured by various pathemic means, but also highlighting the more frequent subjectivity indexes, responsible for the reader’s adhesion. As a complement to the theme of the news text, two photos of graffiti by the Afghan artist Shamsia Hassani – whose work focuses on the oppression of women in today’s Afghan Society, specially after the take over of power by the Taliban, in August 2021 – will be presented.

Keywords: Text. Media speech. Enunciation. Pathemization.

Introdução

Por se tratar de uma proposta que opera a partir do universo situacional para o linguístico, que nele está imbricado, a presente análise vale-se de alguns conceitos básicos da Teoria Semioliinguística, como o *ato de linguagem* como enunciação; a *imagem dos sujeitos do discurso* e a *situação psicossocial em que se encontram*; o *contrato de comunicação* que os rege e os dispositivos da *mise-en-scène* discursiva, utilizados na construção do gênero em análise.

O ponto de vista adotado busca, dessa forma, abranger o que a Semioliinguística denomina problematização do sentido, ou seja, a interpretação de um texto como resultante do reconhecimento e análise das operações linguístico-discursivas realizadas pelos sujeitos enunciadoreis. Tal perspectiva consiste em compreender os *sentidos* textuais em função do projeto de ação e de influência do sujeito enunciador sobre o sujeito receptor/destinatário em determinados contextos sociointeracionais.

Este estudo apresenta o seguinte dispositivo: uma introdução que situa a temática e os limites da análise, seguida de um breve histórico da Teoria da Enunciação, a perspectiva enunciativa da Semioliinguística e a apresentação de alguns conceitos-chave da teoria: os sujeitos envolvidos no ato de comunicação, sua atuação regulada por um “contrato comunicativo” e a importância da Teoria da Enunciação para a análise das marcas patêmicas presentes em textos, responsáveis pela influência e captação do sujeito leitor. Na sequência, serão abordados aspectos do *pathos*, um dos componentes da trilogia aristotélica, analisando-se os

efeitos patêmicos evidenciados tanto na reportagem jornalística (Anexo A), quanto nas imagens selecionadas da artista afegã (Figuras 1 e 2), objetos desta investigação.

Inicia-se com uma retrospectiva histórica do conceito de enunciação, a exposição de suas características e seu tratamento segundo parâmetros da Teoria Semiolingüística.

Breve histórico da enunciação

Tido como um conceito central em Filosofia, o termo *enunciação* tornou-se recorrente na referência aos estudos lingüístico-enunciativos, a ponto de tornar-se central hoje nas discussões sobre a relação entre o sujeito, a linguagem e o mundo.

Recuando no tempo, dentre os precursores dessa abordagem da língua e do discurso, podem ser citados Bréal (1992), que, no capítulo sobre a subjetividade na língua, destaca as escolhas lexicais que os sujeitos realizam e processam em função das circunstâncias de seu tempo, o que já caracteriza a intervenção da subjetividade na construção do texto, e também Bakhtin (1979), que propôs a análise da dinamicidade da linguagem e da natureza social da comunicação. Segundo tais perspectivas, a língua aponta possibilidade de orientação de sentido para o interlocutor a partir dos contextos constitutivos e das inter-relações com outras enunciações.

Podem ser lembrados outros expoentes, mas as contribuições de Benveniste (1966) foram decisivas para o desenvolvimento dos estudos enunciativos e da intersubjetividade na linguagem. Ao apregoar a impossibilidade de se reconhecerem certos elementos lingüísticos dissociados da atividade dos falantes, ele instaurou a Teoria da Enunciação, que direcionou/influenciou os estudos enunciativos posteriores.

O tratamento dado à enunciação sempre foi relevante para a perspectiva do discurso; colocou-se em pauta a produção discursiva de uma dada sociedade por meio de suas distintas formas de expressão e, nesse sentido, tornaram-se centrais as noções de intersubjetividade e os princípios da Pragmática, bem como os desdobramentos e avanços das teorias sobre o texto considerado como discurso.

Como postulou Benveniste, a presença dos enunciadores é determinante para o ato de linguagem, na medida em que falar é sempre atividade dirigida a um outro interlocutor (individual, coletivo,

presente ou ausente da cena enunciativa) que, eventualmente, também pode se tornar locutor/comunicante.

Essa relação interativa está visível nas marcas linguísticas que denunciam os posicionamentos do enunciador, tais como: pronomes pessoais, que denotam os interagentes; tempos e modos verbais e advérbios de tempo, assim como suas posições no tempo; os dêiticos, relacionados ao espaço; verbos e advérbios modalizadores, bem como adjetivos e substantivos afetivos, que denunciam a subjetividade dos locutores nas diferentes modalizações e na escolha de termos com maior ou menor valor axiológico, como no texto em análise.

Em relação ao discurso, as marcas enunciativas englobam a totalidade do ato de comunicação, concernente ao processo pelo qual o enunciador encena o seu dizer em função de vários parâmetros: a situação de comunicação em que se encontram os interlocutores, a imagem que o sujeito pretende projetar de si e também a que faz de seu interpretante, estando tudo relacionado às circunstâncias do discurso. Todo esse dispositivo comunicacional fornece instruções, em função das quais o enunciador encenará sua organização discursiva.

Esse dispositivo, todavia, não se confunde com o ato de encenação, o que permite distinguir o “ato de comunicação”, que é mais englobante, do “ato de enunciação em si”. Em razão do *corpus* analisado – reportagem e imagens grafitadas em muros da cidade de Cabul –, torna-se importante essa distinção entre a *situação de comunicação midiática*, que implica uma instância de produção e uma instância cidadã público-leitor, ambos ligados por uma visada de informação, e a *situação de enunciação jornalística* específica, que corresponde à maneira pela qual os autores da reportagem e dos grafites em análise põem em cena seu discurso, dirigido a um destinatário que é construído por eles.

A *situação de enunciação jornalística* define uma finalidade *ética* de transmissão de informações, em nome do princípio democrático de informar bem aos cidadãos e relatar os fatos com a maior objetividade possível, pois está sobredeterminada por uma *condição de credibilidade do enunciador*.

Por outro lado, existe uma finalidade comercial que exige a conquista de maior número de leitores, pois o veículo é submetido à concorrência e só pode sobreviver sob a condição de venda maior de seu produto. A finalidade *comercial* obriga a instância midiática (jornalística) a processar a informação de modo a captar o maior número possível de receptores. Esses papéis são desempenhados em função da dupla finalidade que define a comunicação jornalística – informar e atrair os leitores.

Esses dados do dispositivo midiático e da situação de enunciação atribuem ao sujeito jornalista/repórter, na qualidade de enunciador, algumas instruções discursivas que podem variar conforme seja privilegiada a condição de credibilidade ou a de captação. A de credibilidade exige que ele não tome partido – daí uma modalidade *delocutiva* que deve apagar o *Eu* sob construções impessoais e nominalizadas ou objetivas. É preciso frisar, no entanto, que não se trata de uma objetividade propriamente, mas do jogo da objetividade pelo apagamento enunciativo. Uma vez selecionado o acontecimento, para o jornalista/repórter, trata-se de relatar os fatos da maneira mais precisa possível, com um ponto de vista de narrador externo, que procura descrever fielmente a sucessão dos fatos e a contraparte, com provas de citações do discurso relatado.

O mesmo acontece com a atividade que consiste em publicar declarações, pronunciamentos e as reações que provocam. A encenação do chamado “discurso relatado” ou “discurso reportado” – presente na reportagem em análise – deverá satisfazer, igualmente, a um princípio de distância e de neutralidade que obriga o relator jornalista a empregar as aspas, destacando o ocorrido nas palavras de outrem.

Entretanto, esses princípios de distância e de neutralidade nem sempre são respeitados quando predomina a submissão do texto à *condição de captação* do leitor. Nesse caso, são permitidos procedimentos que se valem do uso da emoção (*pathos*). Não se pode negar que a condição de captação desvia, muitas vezes, a objetividade das informações para tomadas de posições ou explicações que se mostram mais dramatizantes do que esclarecedoras ou informativas. Tudo isso poderia gerar insegurança, por parte do leitor, quanto à veracidade das informações, o que leva o enunciador à busca por equilíbrio e, evitando as marcas de sua presença nos enunciados, à tentativa de se aproximar da objetividade.

Assim, quando se pretende observar o discurso das mídias, Charaudeau (2006) alerta que é necessário levar em consideração essas diferentes características situacionais e enunciativas, visto que o discurso jornalístico não deve ser avaliado apenas pelo critério das marcas explícitas da enunciação; seria uma atitude ingênua do analista do discurso limitar-se a isso. O posicionamento do sujeito enunciador, assim sendo, nem sempre é manifesto de maneira clara, podendo até aparentar um certo apagamento da subjetividade, quando o que busca, muitas vezes, é marcar seu ponto de vista em relação ao objeto

de discurso, ao atribuir “lugares e posições” a seu destinatário, por exemplo, ou ao utilizar-se de outros recursos de patemização, como será demonstrado na análise proposta.

Desse modo, o estudo do posicionamento do enunciador depende de um conjunto de procedimentos discursivos (enunciativos, descritivos, narrativos, argumentativos) e da escolha de vocábulos (nomes e verbos, advérbios) cuja semântica é reveladora de um posicionamento com relação a determinados valores e crenças. Não se pode esquecer, também, de que tudo está relacionado com as condições situacionais de produção e com uma semântica de crenças e valores, presente nos imaginários sociodiscursivos.

Por tudo isso, como observa Charaudeau (2006, p. 221) em sua obra sobre as mídias, o linguista do discurso difere do linguista da língua, já que deve conceder uma confiança relativa às marcas verbais, deve buscar o sentido para além do emprego dos vocábulos e das construções de enunciados e deve, sobretudo, observar que, por detrás do apagamento enunciativo, muitas vezes, está a “máscara” do posicionamento enunciativo.

Enunciação: a perspectiva da Semiologia

Atualmente, a Análise do Discurso configura-se em várias correntes de investigação da linguagem que guardam entre si, pelo menos, um ponto comum: um modo de reflexão sobre as relações intersubjetivas e as condições enunciativas de realização, que são a base de seu funcionamento. Dessa forma, as abordagens do discurso privilegiam a compreensão dos mecanismos que são inerentes à prática linguística, concebem a ação interativa e cognitiva das entidades subjetivas e propiciam também um questionamento sobre a participação e a influência do ambiente social na produção do ato comunicativo.

Em meio à profusão de teorias sobre o texto e o discurso, hoje não se pode mais considerar uma única abordagem para os diversos enfoques discursivos; assim, os vários aportes teóricos mantêm pontos de contato, mas conservam suas especificidades. Dentre eles, serão feitas aqui considerações sobre uma corrente de base comunicacional, que trata a *problemática* do ato de linguagem a partir das perspectivas da *enunciação* e da *ação dos enunciadores* (CHARAUDEAU, 1983, 1992).

Segundo seu ideólogo, a construção do sentido faz-se por meio de uma relação forma/sentido, que pode ocorrer em diferentes sistemas

semiológicos, como resultante de operações discursivas de entidades subjetivas, a partir de uma situação bem determinada, sob a égide de um *contrato comunicativo*.

O objetivo central da Semiolinguística é analisar o ato de linguagem, tanto sua parte explícita quanto implícita, considerando a identidade dos interagentes, o saber comum que circula entre eles, todas as circunstâncias situacionais e os filtros que dão sentido ao discurso e o adaptam às práticas sociointerativas.

A Teoria concede grande atenção tanto ao produtor dos enunciados – sujeito comunicante – quanto ao sujeito interpretante/receptor, ambos pertencentes ao espaço externo, como seres sociais condicionados pelas práticas sociais e que se desdobram em dois sujeitos do discurso – sujeito enunciador e destinatário –, protagonistas que pertencem ao espaço interno do ato de linguagem. Este último é, por conseguinte, considerado como uma expedição e uma “aventura”, pois não se tem certeza dos resultados da comunicação, cujos sentidos são coconstruídos na interação.

No âmbito das teorias enunciativas, a Semiolinguística considera todo ato de linguagem como resultante da combinação de dois componentes – o verbal e o situacional – e privilegia a análise da imagem que o sujeito enunciador projeta de si mesmo em seu discurso, em um emprego de restrições e de estratégias, bem como a análise da imagem que faz de seu interlocutor, também projetada no discurso. A constituição dessas imagens pode ser visualizada por meio de um duplo recorte: o da *enunciação ampliada* – em que se faz o exame do contexto, incluindo os *protagonistas*, os *parceiros* e as circunstâncias de produção do *ato comunicativo* – e o da *enunciação restrita* – com o enfoque de procedimentos linguísticos que se constituem como marcas sinalizadoras (pistas) na construção das imagens dos enunciadores.

Dessa forma, considera-se que cada um dos parceiros da troca linguageira está engajado em um processo recíproco – mas não simétrico – de reconhecimento e de diferenciação do outro; segundo Charaudeau, cada um vai-se legitimando e legitimando o outro por meio de uma espécie de olhar avaliativo, o que permite dizer que as identidades social e discursiva constroem-se por meio de um “cruzamento de olhares” (CHARAUDEAU, 2006, p. 36).

Se, para enunciar, há sempre a necessidade de um outro, o modelo comunicacional da Semiolinguística compreende o ato de linguagem como uma troca entre dois parceiros, ligados pelo princípio

da identidade, da intencionalidade e da regulação, e regidos por um *contrato comunicativo*, realizado em uma determinada situação. Por se tratar de um conceito-chave na constituição do ato de linguagem, a noção de “contrato” será considerada, mais detalhadamente, a seguir.

O contrato de comunicação

A noção assenta-se no pressuposto de que seres sociais pertencentes a um mesmo corpo social estabelecem uma relação de “convivência” e de cumplicidade quanto ao uso dos elementos de sua comunicação. Por isso lançam mão de estratégias que permitirão colocar em cena suas intenções (o que pode ser feito de forma consciente ou não).

Pode-se afirmar, então, que todo ato de comunicação supõe um determinado *contrato* social. Esse termo, pertencente ao domínio jurídico, pressupõe que os indivíduos sejam capazes de entrar em acordo a propósito das representações de linguagem. Nas palavras de Charaudeau:

A noção de contrato pressupõe que os indivíduos pertencentes a um mesmo corpo de práticas sociais estejam suscetíveis de chegar a um acordo sobre as representações linguageiras dessas práticas sociais. Em decorrência disso, o sujeito comunicante sempre pode supor que o outro possui uma competência linguageira de reconhecimento análoga à sua. Nessa perspectiva, o ato de linguagem torna-se uma proposição que o EU faz ao TU e da qual espera uma contrapartida de convivência. (CHARAUDEAU, 2008, p. 56)

O *contrato de comunicação* permite aos parceiros se reconhecerem um ao outro por meio de traços identitários e reúne as condições necessárias para a realização do ato de comunicação: o objetivo do ato, que os sobredetermina, o objeto temático de troca e as coerções materiais determinadas pelas circunstâncias. Dessa forma, o ato compõe-se de um *espaço de restrições*, isto é, regras que não podem ser infringidas pelos parceiros, sob pena de não haver a comunicação, e de um *espaço de manobras* que compreende os diferentes tipos de configurações discursivas de que o sujeito comunicante dispõe para atingir seus objetivos.

Ao destacar que, no ato de linguagem, há uma situação de troca que depende de uma intencionalidade e que se realiza em espaços de restrição, Charaudeau propõe um *modelo de estruturação desse contrato* em três níveis: *situacional*, *comunicacional* e *discursivo*. O atendimento a

essas condições permite que se chegue à construção do texto como um processo interdiscursivo, foco de interesse de análise nessa abordagem.

Assim, o *nível situacional* dá conta do espaço externo, “lugar” que determina: a *finalidade* do ato (para que se fala?), a *identidade* dos parceiros (quem fala a quem?), o *domínio do saber*, que é veiculado pelo *objeto da troca* (sobre o que se fala?) e o dispositivo (por meio do que se fala?). O *nível comunicacional* constitui-se no “lugar” onde estão as maneiras de falar, ou seja, o que vai definir os papéis languageiros dos sujeitos, o que vai também lhes garantir o direito à fala, em função dos dados situacionais (como se fala?). Por fim, o *nível discursivo* corresponde ao “lugar” de intervenção do sujeito enunciador, bem como à sua atuação, e deve atender às condições de *legitimidade*, de *credibilidade* e de *captação*.

De acordo com a Teoria Semioliúística, o *ato de comunicação* é um fenômeno que combina o *dizer* e o *fazer*, articulados em um duplo circuito comunicativo – *circuito externo* (*fazer*) e *circuito interno* (*dizer*) –, indissociáveis um do outro. O *fazer* é o lugar da *instância situacional* em que atuam os parceiros – sujeitos comunicante e interpretante –, que são os seres sociais da troca; já o *dizer* é o lugar da *instância discursiva*, é o espaço da *encenação* do dizer, da qual participam os *protagonistas* – sujeito enunciador e sujeito destinatário –, que são os *seres da palavra*.

Nesse sentido, o *ato de comunicação* não pode ser visto como uma simples produção de uma mensagem feita por um Emissor em direção a um Interlocutor, mas como um encontro dialético de quatro instâncias subjetivas que vai determinar os dois processos: o processo de Produção – um Eu-comunicante que se dirige a um Tu-destinatário, cuja imagem ele busca construir – e o processo de Interpretação: um Tu-interpretante que constrói uma imagem do Eu-comunicante pelo que ele apresenta como sujeito enunciador.

Dessa forma, a Semioliúística considera o *ato de comunicação* como um “jogo”, ou seja, o *ato de comunicação* mantém-se em uma constante manobra de equilíbrio e de ajustamento entre as normas (restrições) de um dado discurso e a margem de manobras estratégicas permitidas pelo mesmo discurso.

Nessa perspectiva, todos os atos de comunicação são considerados como *encenações* (no sentido teatral do termo) que resultam da combinação de uma determinada situação de comunicação com uma determinada organização discursiva e com um determinado emprego de marcas linguísticas. Isso mostra a necessidade de uma competência

de produção/interpretação que ultrapasse o simples conhecimento das palavras e suas regras de combinação, pois requer um saber bem mais global sobre as operações discursivas realizadas nos enunciados e que compreenda todos os elementos contextuais próprios da interação.

A situação de comunicação está ancorada nos imaginários sociodiscursivos que circulam nas comunidades em interação. No caso da reportagem e das imagens selecionadas, sobressai a questão do cerceamento da liberdade imposto aos afegãos pelo Talibã.

Como essa situação pode afetar o leitor? Que efeitos patemizantes esses textos veiculam? É o que se verá no tópico a seguir.

Pathos: emoções contidas e reveladas

A mídia tem-se debruçado, nas últimas semanas, sobre os recentes acontecimentos ocorridos no Afeganistão com a retomada do poder, após 20 anos, pelo Talibã.

Um dos focos dessa questão – e, talvez, o mais significativo – é a perda da liberdade dos cidadãos, com ênfase à situação das mulheres, já que o tema da opressão e violência contra a mulher é um dos mais discutidos na atualidade.

Como afetar o leitor dessas notícias? Quais estratégias são (ou devem ser) empregadas pela instância midiática, tanto no caso do artigo de *Gazeta Brasil* como no das imagens grafitadas, para despertar a empatia do público?

Nas duas situações contratuais, impõe-se o ato de comunicação aos parceiros da troca interativa, no cenário simultâneo do “espaço de restrições” e do “espaço de manobras” do jogo comunicativo, atribuindo-se ao receptor a responsabilidade de compreensão da mensagem veiculada. O leitor deverá ser, então, afetado pela temática já referenciada. Falar desse efeito no interlocutor implica falar de *pathos*, ou melhor, de “efeitos patêmicos” ou “patemização”.

O *pathos*, ao lado do *logos* e do *ethos*, corresponde aos três tipos de provas de persuasão apontadas por Aristóteles na Retórica:

As provas de persuasão fornecidas pelo discurso são de três espécies: umas residem no carácter moral do orador; outras, no modo como se dispõe o ouvinte; e outras, no próprio discurso, pelo que este demonstra ou parece demonstrar (ARISTÓTELES, 2005, p. 96).

Assim, o *logos* concerne ao domínio da razão e diz respeito à argumentação ou ao conteúdo em si dos argumentos; o *ethos* e o *pathos* pertencem ao domínio da emoção: enquanto o *ethos* – relacionado à virtude e ao caráter – é ligado ao orador, o *pathos* é voltado para o auditório, para o efeito que se deseja atingir no público-alvo. Segundo Aristóteles (2005, p. 97): “Persuade-se pela disposição dos ouvintes, quando estes são levados a sentir emoção por meio do discurso, pois os juízos que emitimos variam conforme sentimos tristeza ou alegria, amor ou ódio.”

Nesse sentido, destaca-se que “a Retórica visava não só a obter um assentimento racional, mas também consenso emotivo, e propunha-se, destarte, como uma técnica dirigida no sentido de arrastar o ouvinte” (ECO, 1976, p. 73).

Charaudeau (2007, p. 242) também compartilha desse entendimento ao afirmar que “persuadir um auditório consiste em produzir nele sentimentos que o predispõem a partilhar o ponto de vista do orador”. O autor destaca, porém, que, para a Análise do Discurso, a emoção não pode ser estudada como realidade manifesta, mas sim a partir de seus efeitos no discurso, em função de uma visada enunciativa patêmica. Por isso, prefere falar em “efeitos patêmicos” ou “patemização”.

É mister, porém, não confundir “emoção” e “sentimento”, pois este indica algo objetivo, que permite uma narração, enquanto aquele representa algo subjetivo, sendo que ambos – emoção e sentimento – têm uma temporalidade diferente: as emoções “são essencialmente mais fugazes e mais curtas que os sentimentos” (HAN, 2020, p. 65).

No discurso midiático, em que se exploram as tópicas da “desordem social” (CHARAUDEAU, 2006), as emoções são usadas “como ‘matéria-prima’ para otimizar a comunicação” (HAN, 2020, p. 67), como se pode observar na reportagem da RFI¹, publicada na *Gazeta Brasil*: “Sob o comando Talibã, Afeganistão volta a ter música como tabu e artistas silenciados” (cf. anexo A).

Na mesma linha de pensamento, Charaudeau destaca que “as emoções são de ordem intencional, estão ligadas a saberes de crença e se inscrevem em uma problemática da representação psicossocial” (CHARAUDEAU, 2010, p. 26). Assim, uma representação pode ser chamada de “patêmica”:

¹ Rádio Francesa Internacional.

quando ela descreve uma situação a propósito da qual um julgamento de valor coletivamente compartilhado – e por conseguinte, instituído em norma social – questiona um actante que acredita ser beneficiário ou vítima, e ao qual o sujeito da representação se encontra ligado de uma maneira ou de outra (CHARAUDEAU, 2010, p. 31).

O autor destaca algumas condições que estariam associadas à patemização, tais como: o dispositivo comunicativo, o campo temático e a encenação discursiva.

O dispositivo comunicativo diz respeito à finalidade e aos lugares atribuídos aos sujeitos envolvidos na interação. Para Charaudeau, certos discursos são mais propensos a despertar efeitos patêmicos que outros, dentre eles, os discursos midiáticos (cf. anexo A).

O campo temático, por sua vez, é a base sobre a qual o dispositivo comunicativo se apoia. Esse campo prevê um universo de patemização, estabelecendo seus imaginários sociodiscursivos, que são suscetíveis de produzir certos efeitos. No caso do texto em análise, os imaginários da repressão, do tabu, da insegurança e da violação da liberdade são mobilizados para despertar a empatia por parte do público-alvo.

A encenação discursiva, por sua vez, traz o papel conferido aos protagonistas – sujeito enunciador e sujeito destinatário, responsáveis pela dinâmica do ato de fala. Espera-se que o sujeito destinatário dessa reportagem tenha uma visão de mundo mais cosmopolita, ocidental, ou seja, não apegada aos radicalismos do Islã.

Na tentativa de categorizar os efeitos patêmicos, a partir de procedimentos de encenação na televisão, Charaudeau (2010) estabelece o que denominou “tópicas do *pathos*” – uma *patemia* (imaginários) –, que seriam constituídas por uma série de “figuras”: tópica da “dor” e seu oposto, a “alegria”; tópica da “angústia” e seu oposto, a “esperança”; tópica da “antipatia” e seu oposto, a “simpatia”; tópica da “atração” e seu oposto, a “repulsa”, além de outras *figuras*, como o “desprezo”, o “desgosto”, a “aversão” e a “fobia”. Cada uma dessas tópicas é definida em termos de *cenário* e de *figura* (tristeza-sofrimento/contentamento-satisfação; medo-terror/confiança-apelo; cólera-aversão/benevolência-compaixão), marcando um *lugar* (adesão/distância) do telespectador.

Na reportagem em tela e, também, nas duas peças que selecionamos, da artista afegã Shamsia Hassani (cf. figuras 1 e 2), observa-se, com clareza, a emergência das tópicas da dor, da angústia e da repulsa ao comportamento infringido pelo Talibã à população.

Figura 1 – Grafite de Shamsia Hassani “Pesadelo”



Fonte: Instagram².

Figura 2 – Grafite de Shamsia Hassani



Fonte: Instagram³.

Charaudeau ressalta, ainda, que as tópicas e as figuras patêmicas podem gerar seus efeitos a partir de uma dupla enunciação: uma enunciação da *expressão patêmica* – enunciação ao mesmo tempo elocutiva e alocutiva, que visa a produzir um efeito de patemização, seja pela manifestação do estado emocional no qual o locutor se encontra, seja pela descrição do estado no qual o alocutário deveria se encontrar – ou uma enunciação da *descrição patêmica* – enunciação delocutiva que propõe a um destinatário a narrativa de uma cena dramatizante

² Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CSXZixMBjIr/>>. Acesso em: 3 set. 2021.

³ Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/B-YLEnJMp7/>>. Acesso em: 26 ago. 2021.

suscetível de produzir tal efeito. A descrição patêmica depende da relação que une o destinatário à situação descrita pelos protagonistas, sendo mediada por imaginários sociodiscursivos.

A reportagem em análise convoca uma enunciação delocutiva, por propor ao destinatário narrativas de cenas dramatizantes, relatadas pelo diretor do Instituto Nacional Afegão de Música, Ahmad Nasser Sarmast (GAZETA BRASIL, 2021):

No momento, os combatentes do talibã já estão reprimindo violentamente qualquer atividade musical. Eles começam a impedir as pessoas de escutar música, e as lojas que vendem música ou instrumentos musicais foram destruídas. (GAZETA BRASIL, 2021, on-line)

Ou, ainda:

“É de cortar o coração ver todo o trabalho e sacrifício de tantas pessoas virarem fumaça de um dia para o outro. Traz lembranças de 1996, quando os Talibãs destruíram todos os instrumentos musicais, quando os penduraram nas árvores, quando silenciaram os músicos. Ninguém no Afeganistão estava autorizado a tocar instrumentos. Temo que o povo afegão seja novamente amordaçado e privado de seu direito de tocar e ouvir música”, desabafa. (GAZETA BRASIL, 2021, on-line)

Vale destacar, nesses extratos, a seleção lexical oportuna e instigadora de patemização, na esteira, inclusive, dos ensinamentos de Benveniste (1996), como índices de subjetividade do enunciador. A esse respeito, Charaudeau (2010) ressalta que os efeitos patêmicos podem ser desencadeados sob três formas: (a) palavras ligadas ao universo emocional, que descrevem emoções de maneira transparente (como: “reprimir violentamente”; “cortar o coração”, “pesadelo” – título da Figura 1, dado pela própria autora). Vale lembrar que, por se tratar de um *efeito visado*, o emprego dessas palavras não garante que o sujeito sinta tais emoções ou que o efeito patêmico seja produzido no interlocutor; (b) palavras que podem suscitar emoções, lembrando que o efeito patêmico pode variar de acordo com a situação de comunicação (“tabu”; “povo afegão amordaçado”); (c) enunciados que não comportam palavras patemizantes, mas que podem produzir efeitos patêmicos mediante a situação de comunicação (“silenciaram os músicos”).

Plantin (2010, p. 62-64) sugere um quadro de análise dos conteúdos emocionais para o que chama de “termo de emoção” (2010, p. 62). O autor parte da seguinte organização: (1) designação direta da emoção (cf. exemplos citados no parágrafo anterior). Nesse tópico, Plantin inclui “termos das cores” para assinalar, como convenção,

que as cores podem sugerir estados (cf. na figura 1 a cor negra, que representa os talibãs, simbolizando a escuridão, a opressão, a escuridão, e o vermelho, na figura 2, referenciando o sangue, a guerra, o perigo do coronavírus); (2) designação indireta da emoção sobre a base de lugares comuns situacionais (ancorados no discurso cultural, já que seu sentido depende das representações que circulam na sociedade) e atitudinais, enunciados que descrevem atitudes que figuram como índices de determinada emoção (“situação de insegurança nas ruas tomadas por talibãs armados”; “impedir as pessoas de escutar música”).

Como vimos, Charaudeau parece compactuar com o postulado de Plantin, ao afirmar que

há palavras que não descrevem as emoções, mas são tidas como boas candidatas ao seu desencadeamento: “assassinato”, “conspiração”, “vítimas”, “manifestação”, “assassino”, por exemplo, são susceptíveis de nos levar a um universo patêmico. [...] enfim, como já dissemos, há enunciados que não comportam palavras patemizantes e que, no entanto, são susceptíveis de produzir efeitos patêmicos, desde que tenhamos conhecimento da situação de enunciação (CHARAUDEAU, 2010, p. 37–38).

Plantin destaca, ainda, que, conforme o postulado de Lausberg (*apud* PLANTIN, 2010, p. 65), há três regras para desencadear a emoção por meio do discurso: (1) mostrar-se emocionado – o sujeito comunicante/enunciador sente ou simula uma determinada emoção a fim de estimular tal sentimento no sujeito interpretante/destinatário. É o que se depreende das palavras do diretor do Instituto Nacional Afegão de Música: “É de cortar o coração...”; (2) mostrar objetos emocionantes, que despertem no sujeito interpretante/destinatário determinada reação, e mostrar imagens capazes de suscitar emoções no auditório: os textos visuais (figuras 1 e 2) de Shamsia Hassani, nos quais reforça a dor e a força das mulheres afegãs, ilustra bem esse tópico.

No primeiro, a mulher, cabisbaixa e oprimida pelos olhares hostis do Talibã, segura um teclado musical que quer proteger. Ressalta-se, também, a dualidade de cores – tons escuros e sombrios para o Talibã e claros (azul celeste na roupa feminina) para a mulher, o que pode ser um índice revelador de esperança. No segundo, a mulher dança sobre o cenário de guerra, representado pelo tanque e pela disseminação do coronavírus, duas representações constantes de seu mundo. Vale dizer que, em todas as obras da artista, as mulheres não têm boca – fato muito relevante para expressar patemicamente a situação em que se encontram, fazendo entrar em cena

a *emocionalidade*, que está associada ao sentimento de liberdade que acompanha o livre desdobramento individual. Ser livre significa deixar as emoções correrem livres. [...] As emoções surgem, sobretudo, como a mudança de estado ou de percepção (HAN, 2020, p. 65). [grifo do autor]

Considerações finais

Pretendeu-se, com esta apresentação, enfatizar a importância desse novo paradigma enunciativo que prioriza a observação da presença do sujeito emissor/enunciador em relação direta com seu interlocutor, durante a realização de operações e manobras enunciativas. Tudo o que ocorre realiza-se por meio dessas operações discursivas regidas tanto por coerções de ordem linguístico-gramaticais como por imposições de ordem sociointeracional.

Dentre as várias tendências da AD, os estudos enunciativos de base comunicacional, como os da Semiologia, têm-se mostrado bastante promissores na análise de *corpora* variados, pois permitem verificar as marcas enunciativas mais recorrentes nas operações estratégicas que tornam possível o *processo de semiotização do mundo*. Nessa perspectiva, a língua deixa de ser vista como um meio de proposição informativa ou de referência ao real e passa a ser analisada em relação ao nível de ação dos seres discursivos, nos processos de reconstrução da realidade e na busca de adesão do leitor.

Como realçam seus analistas, a teoria consegue aliar conceitos enunciativos derivados da Semântica Argumentativa e dos princípios da Pragmática, privilegiando, assim, o poder da enunciação das palavras, tanto a partir de uma visão semiótica de mundo mais interno a elas, como em função dos níveis psicossocial e institucional dos sujeitos produtores e interpretantes, nas mais diversas situações discursivas (MACHADO; JESUS, 2001).

Enfim, uma das razões pelas quais se reiteram sua produtividade e importância reside no fato de que essa corrente de análise do discurso intenta compreender como o ser humano tem acesso a informações, cria uma visão de mundo pelas escolhas linguísticas, produz conhecimentos novos e os compartilha com seu destinatário, por meio de ações recíprocas de influência. A teoria se constitui, enfim, de um excelente instrumental de análise que pode ser aplicado para a compreensão de diferentes gêneros textuais.

Referências

- ARISTÓTELES. **Retórica**. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1979.
- BENVENISTE, Émile. **Problèmes de linguistique générale**, v. 1. Paris: Gallimard, 1966.
- BRÉAL, Michel. **Ensaio de semântica: Ciência das significações**. São Paulo: EDUC-Pontes, 1992.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Langage et Discours: Éléments de sémiolinguistique (Théorie et pratique)**. Paris: Hachette, 1983.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris: Hachette, 1992.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. Pathos e discurso político. In: MACHADO, Ida Lúcia; MENEZES, Willian; MENDES, Emília (org.). **As emoções no discurso**, v. 1. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007. p. 240-251.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. A patemização na televisão como estratégia de autenticidade. In: MENDES, Emília; MACHADO, Ida Lúcia (org.). **As emoções no discurso**, v. 2. Campinas: Mercado Letras, 2010. p. 23-56.
- ECO, Umberto. **A estrutura ausente**. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- HAN, Byung-Chul. O capitalismo da emoção. In: HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas do poder**. Belo Horizonte: Editora Âyné, 2020. p. 59-68.
- MACHADO, Ida Lúcia; JESUS, Sérgio Nunes. (org.) **Análise do discurso: afinidades epistêmicas franco-brasileiras**. v. 2. Belo Horizonte: CRV, 2001.
- PLANTIN, Christian. As razões das emoções. In: MENDES, Emília. **As emoções no discurso**, v. 2. Campinas: Mercado de Letras, 2010. p. 57-80.
- SOB comando Talibã, Afeganistão volta a ter música como tabu e artistas silenciados. **Gazeta Brasil**, São Paulo, 22 ago. 2021. Seção Mundo. Disponível em: <https://gazetabrasil.com.br/mundo/2021/08/22/sob-comando-taliba-afeganistao-volta-a-ter-musica-como-tabu-e-artistas-silenciados/>. Acesso em: 26 ago. 2021.

ANEXO A — REPORTAGEM PUBLICADA NO JORNAL GAZETA BRASIL

Sob comando Talibã, Afeganistão volta a ter música como tabu e artistas silenciados

(Informações de Heike Schmidt, da RFI, 22/08/2021)

RFI – Em outubro de 1996, quando os soldados do Talibã tomaram o poder de Cabul, o grupo extremista impôs uma longa lista de interditos: mulheres estavam proibidas de ir à escola ou trabalhar, era proibido não frequentar a mesquita, cortar a barba era proibido, assistir a filmes também estava proibido, assim como jogar xadrez ou brincar de pipa, enumera Bruno Philip, correspondente do jornal francês *Le Monde* à época. Escutar música era outro “haram”, palavra árabe para definir o que é proibido.

De volta ao poder no Afeganistão há uma semana, os líderes Talibãs dizem à comunidade internacional que o novo governo será diferente dos anos de terror entre 1996 e 2001. Os relatos que chegam de Cabul, no entanto, contam história diferente. Em sete dias, a música foi silenciada na capital afegã.

“No momento, os combatentes do talibã já estão reprimindo violentamente qualquer atividade musical. Eles começam a impedir as pessoas de escutar música, e as lojas que vendem música ou instrumentos musicais foram destruídas”, conta à **RFI** Ahmad Nasser Sarmast, diretor do Instituto Nacional Afegão de Música.

O instituto está fechado por causa da situação de insegurança nas ruas da cidade, tomadas pelos soldados talibãs armados. “Ninguém está seguro nas ruas de Cabul”, diz Sarmast.

O etnomusicólogo teme pelo futuro da escola sob o regime do grupo extremista.

“É de cortar o coração ver todo o trabalho e sacrifício de tantas pessoas virarem fumaça de um dia para o outro. Traz lembranças de 1996, quando os Talibãs destruíram todos os instrumentos musicais, quando os penduraram nas árvores, quando silenciaram os músicos. Ninguém no Afeganistão estava autorizado a tocar instrumentos. Temo que o povo afegão seja novamente amordaçado e privado de seu direito de tocar e ouvir música”, desabafa.

Instrumentos escondidos

O instituto tem 400 alunos, que agora escondem seus instrumentos. “Eles temem por sua segurança. Sabemos que os talibãs estão indo de casa em casa, e meus alunos têm medo de que se um instrumento for encontrado na casa, eles serão punidos.”

Além de não confiar nos discursos dos líderes talibãs, Sarmast destaca que o exército do grupo é indisciplinado, e segue regras distintas.

“Eles prometem respeitar os direitos humanos, a diversidade, as culturas. Mas quando se trata de colocar em prática as promessas nada acontece. E no terreno, os líderes parecem não ter nenhum controle sobre seus soldados: cada grupo armado parece ter a sua própria agenda”, afirma.

Artistas buscam auxílio

O receio de perseguição é compartilhado por muitos artistas. Nesta semana, a cantora Aryana Sayeed, uma das maiores estrelas do país, fugiu do Afeganistão para o Quatar.

A cantora de 36 anos era considerada um dos alvos do grupo extremista por cantar músicas sobre a liberdade e o direito das mulheres. Aryana fazia parte do júri do programa “The voice Afeganistão”. Ela e o marido vão se refugiar na Turquia.

Fonte: SOB comando Talibã, Afeganistão volta a ter música como tabu e artistas silenciados. **Gazeta Brasil**, São Paulo, 22 ago. 2021. Seção Mundo. Disponível em: <https://gazetabrasil.com.br/mundo/2021/08/22/sob-comando-taliba-afeganistao-volta-a-ter-musica-como-tabu-e-artistas-silenciados/>. Acesso em: 26 ago. 2021.