

A ACTORIALIZAÇÃO NO UNIVERSO FEMININO: ORALIDADE E EMOÇÃO NO DISCURSO JORNALÍSTICO

Andréa Cassia Efângelo¹

Resumo: Esse trabalho discute a oralidade, a afetividade e a encenação teatral como elementos de extrema importância na argumentação do jornalismo impresso, especificamente em revistas femininas. Baseada na influência dos meios de comunicação em massa, em que o jornalismo impresso tem um papel primordial, e fundamentada pelos pressupostos teóricos da Análise Crítica do Discurso e da Teoria da Argumentação, essa pesquisa investiga os recursos argumentativos subjacentes ao *corpus*, demonstrando como elementos significativos que o compõe se prestarão a comprovar a relevância da seleção adequada de argumentos, assim como a da aplicação das teorias expostas nessa pesquisa para que se obtenha a adesão do público-alvo.

Palavras-Chave: oralidade, emoção, encenação teatral.

Abstract: This work discusses the orality, the affectivity and the theatrical staging as extremely important elements in the argumentation of the press journalism, specifically in feminine magazines. Based on the influence of the mass communication, in which the press journalism has a primordial role, and wellfounded by the theoretical presuppositions of the Critical Discourse Analysis and the Theory of Argumentation, this research investigates the argumentative resources underlying the corpus, demonstrating how the meaningful elements which compound it will be suitable to prove the relevance of the adequate selection of arguments, as well as the relevance of the application of the exposed theories in this research in order to obtain the adherence of the target-public.

Key-words: orality, emotion, theatrical staging.

Introdução

Atualmente, percebe-se uma influência direta dos meios de comunicação de massa sobre seus destinatários, cuja linguagem pode interferir no seu comportamento social e ampliar seus conhecimentos.

¹ Mestranda pela USP/Letras e professora de Língua Portuguesa e Inglesa graduada pela Universidade Mackenzie.

Diante deste fato, devido ao grande número de publicações e ao desenvolvimento da mídia impressa, percebe-se a importância do estudo da argumentação no jornalismo impresso.

Constata-se que a quantidade de publicações voltadas ao público feminino também teve um grande crescimento e ocupa, na atualidade, uma porção muito significativa do mercado jornalístico.

Além disso, percebe-se uma preocupação quase generalizada em relação ao *corpo*, que embora não seja privilégio exclusivo do público feminino, tem motivação unânime entre as mulheres.

No intuito de observar como a linguagem pode influenciar no comportamento humano, considerando-se a importância atribuída à boa forma física, e as dificuldades encontradas no equilíbrio entre alimentação e beleza física, decidiu-se analisar um fragmento extraído de um artigo de revista feminina voltada a estes aspectos, a revista *Boa Forma*, que apresenta o estereótipo de mulher - modelo.

Conforme será demonstrado, este excerto é composto de elementos significativos que se prestarão a comprovar a importância da seleção adequada de argumentos, assim como o da aplicação das teorias expostas nesta pesquisa, para que se obtenha a adesão do público a que se destina o discurso.

Para discorrer sobre a argumentação em nosso *corpus*, o presente trabalho será dividido nos capítulos que seguem:

No primeiro capítulo desta pesquisa serão apresentados os pressupostos teóricos da ACD, Análise Crítica do Discurso e da Teoria da Argumentação, que serão aplicados para a análise do *corpus*.

No segundo capítulo, procederemos ao exame minuciosos do *corpus* visando obter, desta forma, o levantamento das estratégias teóricas abordadas, assim como a comprovação da relevância de sua aplicação.

O último capítulo consistirá das considerações finais, em que serão destacados os pontos mais relevantes a respeito dos recursos argumentativos constantes do *corpus*.

Conceitos teóricos

Informações preliminares

Neste trabalho serão expostos alguns conceitos da ACD – Análise Crítica do Discurso, representada principalmente por Van Dijk e da Teoria da Argumentação, introduzida por Chaïm Perelman, seguidor de Aristóteles.

A ACD concebe a linguagem como prática social, e considera o contexto de uso da linguagem como um elemento crucial (WODAK:2000). Além disso, a ACD expressa um interesse particular na relação entre linguagem e poder.

Por sua vez, a Teoria da Argumentação “estuda as técnicas discursivas que permitem provocar ou aumentar a adesão das mentes às teses que se apresentam ao seu assentimento” (1996:5).

Neste capítulo, serão explorados os principais aspectos teóricos abordados por Van Dijk e Perelman que relacionam-se ao *corpus* de nosso trabalho.

Análise Crítica do Discurso

Um dos princípios da ACD repousa na questão do *contexto*. Segundo Van Dijk, tratam-se de “individually variable interpretations of the ongoing social situation” (2001:10), e, conseqüentemente, podem ser opiniões pessoais influenciadas.

Inseridos no contexto encontram os diferentes tipos de conhecimento abordados por Van Dijk, dentre os quais destacam-se em nosso trabalho o *Cultural Common Ground* e o *Common Ground*.

O *Cultural Common Ground* é um tipo de conhecimento mais amplo, que diz respeito às crenças compartilhadas na sociedade em geral, além das fronteiras entre grupos.

Em um conjunto mais restrito encontra-se o *Common Ground*, ou seja, as crenças sociais partilhadas por um grupo, de acordo com sua própria avaliação e critérios de veracidade. Este tipo de conhecimento também pode contribuir para a formação do conhecimento pessoal, o que ocorre, por exemplo, com cientistas, membros de uma igreja ou de um movimento social.

Em seus estudos, Van Dijk também aborda o conceito de *modelos mentais* para referir-se à representações de acontecimentos específicos, que só podem ser identificados através de experiências pessoais. Trata-se, portanto, da memória episódica dos indivíduos, que caracteriza suas opiniões pessoais.

Em relação aos *modelos contextuais*, Van Dijk considera a possibilidade de se organizarem em várias categorias. Dentre as principais, encontram-se os diferentes *papéis* que os participantes podem desempenhar em um determinado contexto, sendo que os papéis podem afetar a produção e compreensão do discurso.

Van Dijk classifica-os em três tipos básicos: sociais, interacionais e comunicativos. Os papéis sociais tratam das relações entre os participantes e englobam características como etnia, gênero, idade, filiação política ou profissão. Os interacionais ocupam-se das variadas posições situacionais possíveis, como amigos e inimigos, oponente e proponente. Os comunicativos, por sua vez, se interessam pelas funções desempenhadas no discurso, como por exemplo, emissor-receptor, escritor-leitor e falante-ouvinte.

Importa ressaltar que o discurso muda o conhecimento que os participantes têm sobre o conhecimento do outro, uma vez que, nestes modelos, representamos nós mesmos, os outros e nossas relações com eles, estruturas de tempo, localização e direção, ações sociais etc. Além disso, são os modelos contextuais que determinam o que despertará o interesse do usuário.

Mediante a análise do *corpus*, será demonstrado que os papéis podem, não apenas mudar durante a interação, mas também ser desempenhados simultaneamente.

Ainda considerando as estruturas do contexto, Van Dijk trata da *cognição*, que diz respeito aos objetivos, conhecimentos e crenças dos participantes presentes no discurso.

Outro aspecto levantado por Van Dijk diz respeito às *relações sociais entre os participantes*. Trata-se de uma vasta área de representação, que vai desde categorias globais, como formal e informal, até relações de poder ou autoridade representadas pela língua. Aqui, pode-se estabelecer um paralelo com a Teoria da Argumentação, especificamente no tocante ao conceito de *argumento de autoridade*, que será abordado em seguida.

Por fim, o conceito de ideologia como “the foundation of the social representations shared by a social group” (VAN DIJK: 2004, 3) será relevante ao nosso trabalho, assim como o

ideological square proposto por Van Dijk (2004:21), ou seja, as estratégias que caracterizam o discurso ideológico, conforme segue:

- (a) enfatizar *nossas* características positivas,
- (b) enfatizar os atributos negativos *deles*,
- (c) minimizar *nossos* atributos negativos e
- (d) minimizar os atributos positivos *deles*.

Teoria da Argumentação

Auditório

Chaïm Perelman, no Tratado da Argumentação, define auditório como “o conjunto daqueles que o orador quer influenciar com sua argumentação” (1996, p.22). Assim sendo, a eficácia de um argumento é sempre relativa ao auditório.

O autor classifica o auditório em três tipos: o universal, o particular e a própria pessoa.

Na verdade, a concepção de auditório universal só existe em tese, ou seja, é ideal, pois compreende todos os homens da Terra e pressupõe a existência de uma proposição que seja aceita por toda a humanidade.

No caso do auditório particular, cabe ao orador identificar as crenças e juízos de valor comuns a um determinado grupo no momento de escolher as provas mais adequadas para se obter a adesão.

Em relação à própria pessoa, é importante ressaltar que a interação se dá não apenas em relação a outros ouvintes, mas também consigo mesmo, processo este denominado por Perelman como deliberação íntima. Segundo ele:

“... o homem dotado de razão, que procura formar-se uma convicção, tem de desprezar todos os procedimentos que visam conquistar os outros: ela não pode,

crê-se, deixar de ser sincero consigo mesmo e é, mais do que ninguém, capaz de experimentar o valor de seus próprios argumentos” (1996:45).

Além de designar um tipo de auditório, a deliberação íntima também é considerada uma técnica argumentativa, visto que o orador pode conduzir seu auditório a se auto-questionar e, neste processo, a adoção de elementos da *doxa* poderá ser decisivo para o sucesso da argumentação.

Elementos de afetividade

No que concerne ao emprego de aspectos relacionados à emoção, a teoria perelmaniana considera-os instrumentos preciosos para que se alcance a adesão. Este fato pode ser comprovado quando o autor afirma que:

“persuadir é mais do que convencer: a persuasão acrescentaria à convicção a força necessária que é a única que conduzirá à ação. (...) convencer é apenas uma primeira fase – o essencial é persuadir, ou seja, abalar a alma para que o ouvinte aja em conformidade com a convicção que lhe foi comunicada” (1997:59)

Assim, não é ao acaso que o filósofo ressalta a importância de se partilhar dos mesmos interesses de seu auditório, apoiando-se, para isto, em elementos muito semelhantes aos componentes de *Cultural Common Ground* propostos por Van Dijk, os quais a Nova Retórica denomina *doxa*. Estes elementos permitem a aproximação entre orador e auditório, favorecendo, através do discurso, um relacionamento de intimidade.

Cabe ressaltar que só a emoção não é suficiente para persuadir. Antes, para que se tenha credibilidade, é necessário que o discurso agregue elementos de cunho racional, como os argumentos de autoridade, que serão abordados no próximo item.

No entanto, para que esta associação seja bem sucedida, é preciso encontrar o equilíbrio adequado entre racionalidade e emoção, o qual dependerá exclusivamente do público-alvo.

Argumento de autoridade

O *argumento de autoridade* consiste da citação de um orador que inspire confiança no auditório. Este tipo de argumento utiliza o “prestígio” real ou suposto da autoridade invocada para conquistar a adesão do auditório. Seu emprego está relacionado diretamente à competência e à experiência da autoridade invocada, que vai legitimar o real que deriva dela.

Argumento pragmático

Perelman chama de argumento pragmático,

“um argumento das conseqüências que avalia um ato, um acontecimento, uma regra ou qualquer coisa, consoante suas conseqüências favoráveis ou desfavoráveis; transfere-se assim todo o valor destas, ou parte dele, para o que é considerado causa ou obstáculo” (1991:11)

Análise do *corpus*

Antes de proceder à análise do *corpus* é importante ressaltar que os estudiosos adotam termos distintos para designar a revista e o público.

Van Dijk emprega o termo *usuários* ou *participantes* para referir-se tanto à revista quanto ao auditório, enquanto Perelman os denomina *orador* e *auditório*, respectivamente.

Nesta pesquisa, no entanto, tais terminologias serão utilizadas indistintamente.

O *corpus* deste trabalho compreende um subitem do artigo *Dieta do sim*, publicado pela revista *Boa Forma*, intitulado *Eu quero emagrecer?*

Este artigo trata da compulsão alimentar e propõe um método de emagrecimento criado por uma psicóloga. Além de ter por *objetivo* expor a origem deste tipo de compulsão, nosso objeto de estudo almeja motivar a leitora a se valorizar e a melhorar sua aparência.

Seu discurso destaca-se sobretudo pela manifestação de vários papéis, pela ocorrência de elementos de *Cultural Common Ground*, de afetividade e de oralidade.

Neste subitem, ela apresenta seu método e exemplifica uma das técnicas propostas, a do autoconhecimento. Seu título, *Eu quero emagrecer*, introduz um diálogo com a leitora e, mediante uma pergunta de *deliberação íntima*, convida-a a se auto-questionar.

Em seguida, ao introduzir o tópico, o enunciador desempenha o papel de narrador: “Batizado de Dieta Mental, o método desenvolvido pela psicóloga aposta no poder do autoconhecimento aliado à sabedoria da ioga”.

Neste trecho os termos *batizado* e *aposta* constituem elementos de intertextualidade, quer dizer, a remissão a outros textos, ou seja, o discurso religioso e universo dos jogos, respectivamente. Por constituírem o repertório popular, ou seja, um *Culture Common Ground*, e devido à força expressiva que este tipo de recurso confere ao discurso, pode-se considerá-los importantes instrumentos de persuasão.

Quando afirma: “Tudo para desmontar as armadilhas emocionais que atrapalham a gente” (linhas 2 e 3), entende-se que, ao mesmo tempo em que age como amiga, alertando-a, ela, como psicóloga, também desempenha o papel de professora, na medida em que explica como funciona o método. Além disso, a partir do momento que se inclui no discurso, ela assume o papel comunicativo de falante.

Aqui ela expõe seu conhecimento médico, ou seja, um *Common Ground*, de que a compulsão alimentar é gerada pelos impulsos emocionais.

Importa ressaltar que a simultaneidade de papéis constitui um elemento comum em nosso cotidiano, e, especificamente neste trecho do artigo, nota-se o paralelo com a vida real, uma vez que é comum os psicólogos, no intuito de angariar a confiança de seus pacientes, agirem como amigos, além da necessidade de ensinarem claramente o que lhes propõem. Esta atitude “didática” de ensinar algo a um interlocutor também é comum a outros papéis sociais, não apenas no exercício da medicina.

A seguir, quando afirma que “a primeira arapuca aparece antes mesmo de a dieta começar”, também se percebe a proximidade, e conseqüentemente, a expressão de amizade, ao adotar a gíria *arapuca*.

Como psicóloga, ela dialoga com a leitora, ao questionar “Será que é o marido que faz questão de uma esposa nos moldes da boneca *Barbie*? Ou todas as amigas descoladas são do tipo *alta e magra* e você não pode ser uma exceção?” (linha 33 a 35).

Simultâneo ao diálogo estabelecido com a leitora, ela retoma o recurso de deliberação íntima, conduzindo-a a uma auto-reflexão.

Novamente percebe-se, em seu discurso, que por se importar com o problema da leitora e por incluir elementos de *Cultural Common Ground*, ou seja, o estereótipo de top-model expresso por *Barbie e alta e magra*, e a gíria *descoladas*, ela aproxima-se novamente da leitora.

Mediante este processo, seu discurso poderá mudar a opinião da leitora, uma vez que ela possui conhecimento tanto do mito do corpo, impresso pela sociedade, quanto das técnicas de autoconhecimento, encontrando-se, portanto, habilitada a “dismistificar” o estereótipo de *top-model* e a conduzir a leitora a uma mudança de ideologia.

Ao afirmar que a sociedade associa valor pessoal à aparência (linha 7 a 9), entende-se que a pergunta introdutória do *corpus*, *Eu quero emagrecer?*, que inicialmente sugere uma dúvida à leitora, é respondida, ao apontar a responsabilidade da sociedade. Assim, a leitora seria conduzida mediante a força persuasiva dos argumentos selecionados.

A alternância para o papel de narradora ocorre ao declarar “... diz a especialista”, o que testifica que a voz relatada anteriormente refere-se à da médica.

Além disso, entende-se que a credibilidade de seus argumentos é reforçada por sua função de psicóloga (*argumento de autoridade*), o que lhe autoriza a falar de autoconhecimento e contribui para a conquista de seu público.

Este recurso, agregado a um método que propõe o autoconhecimento, próprio da psicologia, e que defende a racionalidade em detrimento da emoção, são os meios de que a revista se serve para balancear racionalidade e emoção, e assim conquistar seu público.

Percebe-se a adoção do *argumento pragmático* por ocasião do relato da consequência dos valores sociais: “... não existe força de vontade que dê conta de uma transformação.” (linha 37 a 40)

Neste trecho, por compartilhar dos sentimentos da leitora e ao demonstrar sua compreensão, mais uma vez ela desempenha o papel de amiga, evidenciado pela 1ª. pessoa do plural, que caracteriza a aproximação.

Por “analisar” a situação, ela também permanece, simultaneamente, no papel de psicóloga. Este papel, assim como o de amiga, é mantido até o final de sua argumentação, ao motivar a leitora à “partir para pequenos ajustes que podem melhorar o visual” (linha 13 e 14).

Importa também destacar que, praticamente ao longo de toda argumentação, são encontrados elementos do *ideological square* proposto por Van Dijk.

Primeiro, as características positivas do método proposto são enfatizadas quando o narrador afirma que ele *aposta* no *poder* do autoconhecimento aliado à *sabedoria* da ioga (linha 1 e 2), e que, ao aderir ao método do autoconhecimento, ela irá *conseguir partir para pequenos ajustes que podem melhorar o visual* (linha 13 e 14). Neste último exemplo, os atributos negativos do auditório também são minimizados, uma vez que são propostos *pequenos ajustes* para que ele melhore seu visual.

Por outro lado, as atitudes negativas *deles* (da sociedade) são enfatizadas, ao mencionar que as armadilhas emocionais atrapalham a gente (linha 3) e ao declarar que a sociedade impõe a decisão de emagrecer, valorizando a pessoa pela aparência (linha 5 a 9).

Ao mesmo tempo, estes argumentos poderiam subentender a minimização dos atributos negativos do usuário, que são, de certa forma, justificados pela postura social vigente.

Por último, embora se trate de um texto escrito, identifica-se vários indícios de discurso oral, sobretudo a ocorrência dos diálogos, além das gírias, das referências ao auditório na 2ª. pessoa do singular e da inclusão do orador mediante a 1ª. pessoa do plural.

Considerações finais

No transcorrer da análise do *corpus* é possível identificar várias manifestações dos conceitos abordados pelas teorias de base. Sobretudo, observa-se a função primordial que os mesmos exercem para que se obtenha, além do interesse do público, a adesão do grupo a que se destina este tipo de artigo.

Assim, a presença do diálogo e de elementos de aproximação, essencial para que ocorra uma interação emotiva entre as pessoas, e conseqüentemente um vínculo de amizade, são instrumentos poderosos para que a leitora seja conduzida através dos argumentos.

Dentre os elementos de aproximação, o *Cultural Common Ground* merece destaque, fornecendo argumentos determinantes para que a psicóloga discorra acerca dos padrões impostos pela sociedade e, conseqüentemente, através do discurso, consiga mudar a opinião dos participantes.

Ainda, a alternância e a simultaneidade dos papéis simulam perfeitamente o cotidiano da leitora, que irá se identificar com a revista e, por conseguinte, estará em condições de aderir às idéias que lhe são propostas.

Importa ressaltar que, para conquistar a confiança do público, é preciso associar racionalidade e emoção. Visando obter este equilíbrio, a revista recorre ao argumento de autoridade e a elementos ligados à psicologia.

Por fim, entende-se que, apesar de serem teorias distintas, a Análise Crítica do Discurso e a Teoria da Argumentação compartilham semelhanças expressivas entre si.

Anexo

EU QUERO EMAGRECER?

1. Batizado de Dieta Mental, o método desenvolvido pela psicóloga aposta no 2.poder do autoconhecimento aliado à sabedoria da ioga. Tudo para desmontar as 3.armadilhas emocionais que atrapalham a gente. A primeira arapuca aparece antes 4.mesmo da dieta começar. Ninguém pára para analisar por que quer perder peso. Será 5.que é o marido que faz questão de uma esposa nos moldes da boneca Barbie? Ou 6.todas as amigas descoladas são do tipo alta e magra e você não pode ser uma exceção? 7.“Na maioria das vezes, a decisão de emagrecer vem de fora. É imposta pela sociedade 8.que associa valor pessoal com a aparência: só as mulheres esqueléticas são merecedoras 9.de alguma coisa”, diz a especialista. E, assim, com a destruidora sensação de que não 10.somos boas suficiente para o resto do mundo, não existe força de vontade que dê 11.costa de uma transformação. “Costumo dizer às minhas pacientes que o corpo é 12.apenas uma parte delas, o que não anula todo o restante”, adverte Denise. Pensando 13.dessa forma, fica mais fácil se aceitar à sua moda e conseguir partir para pequenos 14.ajustes que podem melhorar o visual.

Referências bibliográficas

PERELMAN, Chaïm. *Retóricas*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo, Martins Fontes, 1997. Título original: *Rhétoriques*.

_____ e TYTECA; Lucie Olbrechts. *Tratado da Argumentação*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo, Martins Fontes, 1996. Título original: *Traité de l'argumentation*.

VAN DIJK, T. A. Discourse, Ideology and Context. In: *Folia Linguistica*, XXXV/1-2, 2001, 11-40.

VAN DIJK, T. A. *Politics, Ideology and Discourse*. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 2004.

WODAK, Ruth. Does sociolinguistics need social theory? New perspectives on critical discourse analysis. In: *Discourse and Society*, v.2, n.3, p. 123-147, 2000.