

Sangue, lágrimas e... risos: do trágico ao cômico na mídia popular impressa

RESUMO

Rony Petterson Gomes do Vale

ronyvale@ufv.br

Universidade Federal de Viçosa (UFV),
Viçosa, Minas Gerais, Brasil

Fabio Augusto Drumond Miranda

fabiomiranda50@hotmail.com

Universidade Federal de Viçosa (UFV),
Viçosa, Minas Gerais, Brasil

Este artigo tem como objetivo principal analisar, na perspectiva da Análise do Discurso (mais especificamente a Semiolinguística de Patrick Charaudeau), estratégias linguístico-discursivas que, aparentemente, possibilitam a passagem do efeito catártico (trágico), presumido para as mídias populares, para certos efeitos de sentido próximos do humor/cômico/ridículo. O trabalho leva em consideração a metáfora do teatro para a compreensão dos discursos sociais, o que possibilita ver os sujeitos representados na mídia como atores e os leitores como espectadores.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do discurso. Mídia impressa. Humor. Efeito trágico. Efeito cômico.

INTRODUÇÃO

No Brasil, a *mídia popular impressa* constitui um segmento de relevância entre os meios de veiculação de informação. De acordo com a ANJ¹, dentre os dez jornais de maior circulação paga em 2014, seis são jornais populares (o *Super Notícia*, por exemplo, se encontra, nesse ranking, em primeiro lugar com 318.067 de média de circulação impressa). Para além do baixo valor de mercado dos exemplares, que varia de C\$0,25 a R\$1,00, o sucesso comercial pode também ser aferido a esses periódicos a partir de suas características textuais e discursivas que, por um lado, enfatizam o tipo de registro linguístico empregado, quase sempre marcado por preterir estruturas sintáticas complexas e textos longos², e, por outro lado, pela preferência por determinados assuntos voltados para o cotidiano próximo ou imediato de seu público-leitor, a saber: a sexualidade exacerbada creditada às mulheres brasileiras; os esportes – com destaque para o futebol; a política local e regional; e, principalmente, os crimes de um modo geral: golpes, roubos, assaltos, homicídios, estupros, linchamentos, truculência policial, entre outros.

Mesmo diante desse cenário um tanto “violento”, pretendemos, nesse campo específico do jornalismo brasileiro, fazer dialogar com as reflexões sobre o discurso midiático com os estudos do discurso humorístico (cf. VALE, 2013). Isso porque certas manchetes desse tipo de mídia parecem estar “abandonando” o efeito catártico (trágico) pressuposto³ (onde a inserção do “trágico” nos títulos é resultado de uma “explicação imposta pela lei jornalística da dramatização” (ADAM, 2011, p. 51), para um direcionamento contrário, isto é, passa a ser um efeito de sentido próximo do ridículo, do cômico:

Mata mulher a pauladas e vai dormir⁴

Nessa manchete, parece haver a junção do que é vulgarmente considerado trágico com o ridículo: o crime é passional; todavia, a atitude que se segue ao ato é, pelo menos, um tanto quanto inusitada, para não dizer ilógica. Nesse ponto, devemos dizer que nossa ideia não é ver o riso/humor/comicidade em tudo⁵, mas, sim, tentar entender como certos procedimentos linguísticos e discursivos que parecem se desenvolver no limite entre o trágico e o ridículo são utilizados no discurso midiático para a *captação* do público-leitor, de modo a criar um efeito de *dramatização*, que “consiste em pôr em cena a informação de tal maneira que essa participe de um espetáculo que, como todo espetáculo, deve sensibilizar o espectador” (CHARAUDEAU, 2006a, p. 93).

Assim sendo, neste artigo⁶, perscrutaremos, sob a ótica da Análise do Discurso (mais especificamente, da Teoria Semiolinguística), como as mídias populares impressas podem estar reformulando o seu discurso, tido a priori como sério/trágico, na busca de efeitos catárticos que se aproximem daqueles desencadeados pelo cômico/humor, entendendo, por esse último, “uma certa maneira de dizer no interior de diversas situações, um ato de enunciação com fins de estratégia para fazer de seu interlocutor um cúmplice” (CHARAUDEAU, 2006b, p. 22 – tradução nossa), visando a um determinado *alvo* para o escárnio, a ironia, o sarcasmos ou a ridicularização.

Nesse ínterim, retomamos as referências clássicas do drama e nos valem da metáfora do teatro na análise dos discursos sociais (cf. MELLO, 2004), por meio da qual é possível ver o leitor como uma espécie de espectador e os sujeitos-agentes das manchetes como atores. Com isso em mente, buscamos, primeiramente, conhecer mais e melhor como se forma a linha tênue que separa os dois gêneros dramáticos clássicos – a tragédia e a comédia – e, em seguida, evidenciar, pelo viés da Análise do Discurso, a possibilidade de uma passagem do efeito trágico para o efeito cômico na mídia popular impressa.

Para isso, selecionamos⁷, como *corpus*, manchetes do *Super Notícias*⁸ (doravante, *Super*). Suas matérias reproduzem um olhar fortemente *pathêmico* sobre crimes hediondos, o que, a princípio, reafirma o apelido pejorativo de “jornal de sangue”; no entanto, acreditamos que determinadas manchetes parecem redirecionar a perspectiva trágica para uma visão quase cômica – ou, melhor dizendo, ridícula – dos acontecimentos. Como veremos, o jornal popular, como as demais mídias, preocupa-se também com a “conquista” de novos leitores; porém, utiliza de estratégias discursivas diferentes das estratégias dos jornais de referência, como o *Globo* e o *Estado de Minas*, por exemplo.

1. DOS “JORNALIS DE SANGUE” À DRAMATIZAÇÃO NA MÍDIA POPULAR

*Vejam só esse jornal, é o maior hospital, porta-voz do banguê-banguê,
e da polícia central [...]
Cada página é um grito. Um homem caiu no mangue.
Só falta alguém espremer o jornal
Para sair sangue, sangue, sangue.⁹*

Enquanto designação geral, o termo “jornal popular” muitas vezes foi – e ainda o é – usado em tom pejorativo. Ligado à ideia de sensacionalismo, a expressão adquiriu essa “cor” devido à pretensão, ao longo da história jornalística, de um público específico (que se considerava mais culto) e dos jornais de referência (aos quais se imputava o valor de verdade das informações) em (pre)julgar o jornal popular como sendo de má qualidade, de mau gosto, distorcido ou simples mercadoria de comércio (AMARAL, 2006). E, de fato, ainda seguindo Amaral (2006), nesses periódicos a violência era exposta de maneira explícita: fotos chocantes constituíam as matérias, e a linguagem era muitas vezes vulgar, com palavrões e gírias. Todavia, no nosso modo de ver, essas características acima aferidas ao “jornal popular” caracterizam, na verdade, um estágio evolutivo no qual essas mídias populares eram tidas como “jornais de sangue”.

Se pensarmos desse modo, podemos considerar que esse estágio inicial das mídias populares estava ligado ao caráter mais sensacionalista aduzido à *visada de informação (fazer-saber)*, predominante no discurso midiático em geral (cf. CHARAUDEAU, 2004; CHARAUDEAU, 2009). Como bem sugere Amaral (2006), elementos sensacionalistas se fazem presentes na mídia popular desde os jornais de estilo folhetim, publicados a partir de 1840. Longe do sentido pejorativo da palavra, que serve atualmente para embasar todo deslize politicamente incorreto cometido por um jornal, pensamos que *sensacionalismo/sensacionalista* também podem admitir a acepção de alguma coisa que causa sensação intensa por meio da exploração da notícia, apelando mais para o lado emocional do leitor do que para

o racional. Com efeito, “sem discutir a questão da morbidez e da imoralidade envolvidas, o termo *sensacionalismo* poderá ser usado para o tratamento particular que um jornal dá a crimes, desastres, sexo, escândalos e monstruosidades” (MOTT, 1941 *apud* SOBRINHO, 1995, p. 14 – grifos nossos).

Contornada a questão do sensacionalismo, podemos dizer que tanto o preconceito ligado aos jornais populares vem se modificando ao longo do tempo, quanto o formato, a seleção de conteúdo e a linguagem desses periódicos. Logo, assumiremos que considerar um jornal como “popular” não necessariamente o faz cair no estereótipo¹⁰ de “jornal de sangue”, podendo o termo ser admitido para designar o que é próprio do povo ou de um grupo de pessoas:

O “popular” identifica apenas um tipo de imprensa que se define pela sua proximidade e empatia com o público-alvo, por intermédio de algumas mudanças de pontos de vista, pelo tipo de serviço que presta e pela sua conexão com o local e o imediato. (AMARAL, 2006, p. 16)

Ao contrário dos jornais de referência, o jornal popular dá assistência aos interesses pessoais e imediatos dos leitores. Trata de notícias locais, pois essas se apresentam mais próximas geograficamente do leitor, caso comparadas às notícias de âmbito nacional. Enquanto os grandes jornais publicam informações para formar o senso crítico e a noção de pertencimento em relação à nação, o jornal popular se caracteriza por despertar a ideia de pertencimento ao que é regional e/ou local. Com efeito, o leitor se vê retratado no jornal. O que nos leva a considerar que “a imprensa denominada *popular* configuraria uma maior recorrência de visadas de *pathos*, ao contrário daquilo o que relevaria a imprensa de referência, engajando-se com maior frequência à visada informativa” (ARANTES, 2010, p. 21 – grifos nossos).

2. OS JORNAIS POPULARES: UM PALCO PARA ENCENAÇÕES TEATRAIS

O conceito de “entretenimento”, segundo Amaral (2006), está vinculado às emoções e sensações. Segue-se que, para este autor, “se, na imprensa de referência, o jornalismo é, sobretudo, um modo de conhecimento, no segmento popular ele ocupa também a função de entretenimento” (AMARAL, 2006, p. 58). Nesse aspecto, o jornal popular deve, por certo, visar, entre outras coisas, levar o espectador a experimentar alguma forma de catarse:

[...] para o *Diário Gaúcho*, um jornal popular, supõe-se que (i) o leitor constrói problematizações baseadas em uma razão catártica – baseada em sentimentos de natureza mais particulares – e que (ii) esse mesmo leitor terá atitudes, como, por exemplo, a raiva, o ódio ou o prazer. (VALE, 2014, p. 148)

Se o jornal popular busca essa razão catártica ao explorar o universo social do leitor, mostrando notícias próximas geograficamente deste último, é provável que certos efeitos *pathêmicos*¹¹ (emulação/rivalidade, ira, alegria, medo, amor etc.)

sejam visados. Com efeito, se considerarmos o jornal popular como uma encenação teatral, podemos, então, nos aproximar de alguns conceitos e categorias do teatro, de modo a entender como tais efeitos catárticos se apresentam em duas categorias do drama que denotam, em seu sentido clássico, a *ação*: a tragédia e a comédia.

Na *Poética*, Aristóteles apresenta as principais características distintivas dos gêneros da antiguidade clássica: epopeia, tragédia e comédia. Aqui nos interessa mais de perto a distinção entre a tragédia e a comédia. Logo no segundo capítulo da *Poética*, Aristóteles compara esses gêneros: “Uma [a comédia] propõe-se imitar os homens, representando-os piores, a outra [a tragédia] melhores do que são na realidade” (ARISTÓTELES, 2005, p. 242). O primeiro fator distintivo apresentado, então, é a diferença entre as personagens. Na tragédia, as personagens são representadas melhores do que são na realidade, suscitando, a partir das suas ações e das consequências nefastas, a compaixão e o terror. Já na comédia, as personagens são pessoas comuns, representadas de modo igual ou piores do que a média, com algum tipo de defeito ou tara. Tomemos como exemplo trágico a última fala da peça *Édipo Rei*, de Sófocles, considerada por Aristóteles o mais perfeito exemplo da tragédia grega:

CORIFEU: Vede bem, habitantes de Tebas, meus concidadãos! Este é Édipo, decifrador dos enigmas famosos; ele foi um senhor poderoso e por certo o invejastes em seus dias passados de prosperidade invulgar. Em que abismos de imensa desdita ele agora caiu! Sendo assim, até o dia fatal de cerrarmos os olhos não devemos dizer que um mortal foi feliz de verdade antes dele cruzar as fronteiras da vida inconstante sem jamais ter provado o sabor de qualquer sofrimento! (SÓFOCLES, 2012, p. 95)

Édipo é descrito como homem de grande astúcia, capaz de decifrar os famosos enigmas, poderoso e digno de inveja. Tal descrição potencializa o efeito de compaixão e terror no leitor quando este se depara com as lamentações de Édipo e seu ato de furar os próprios olhos, após descobrir que cometeu parricídio e incesto com a própria mãe sem ter tido consciência disso. O caráter de tais crimes, na visão de Aristóteles, assusta e causa dó, devido à relação de parentesco envolvida:

[...] quando os acontecimentos se produzem entre pessoas unidas por afeição, por exemplo, quando um irmão mata o irmão, ou um filho o pai, ou a mãe o filho, ou um filho a mãe, ou está prestes a cometer esse crime ou outro idêntico, casos como esses são os que devem ser discutidos. (ARISTÓTELES, 2005, p. 260)

Complementando: a tragédia seria uma “peça que representa uma ação humana funesta muitas vezes terminada em morte.” (PAVIS, 2008, p. 415). O jornal popular, procurando tratar de situações cotidianas, mostra-nos, muitas vezes, atores sociais em circunstâncias muito próximas à tragédia, como na manchete a seguir:

Ladrão usando calcinha é morto por ex-policia¹²

Embora a questão seja trágica (o ex-policia e o ladrão, de acordo com a reportagem, eram amantes e o crime tinha motivação passional), encontramos, a partir da leitura da manchete, seres tidos como iguais ou inferiores à média geral: são pessoas comuns – “Uns Zé Ninguém!”, como diria o populacho. Esta característica é, segundo Aristóteles, própria da comédia, que “é imitação de caracteres mais inferiores, ainda que não completamente viciosos; mais propriamente, o ridículo constitui parte do disforme.” (ARISTÓTELES, 2011, p. 47). De fato, na manchete apresentada, podemos notar que há particularidades dos dois gêneros dramáticos: o desfecho (morte) é trágico, mas a construção da *dramatização* (principalmente a descrição dos sujeitos e a incoerência semântica ligada ao termo “calcinha”) nos leva para outros efeitos de sentido próximos do ridículo, da comicidade¹³ e do humor.

Além das características supracitadas, Aristóteles ressalta ainda que a comédia é “a imitação de maus costumes, [...] mas só daquela parte do ignominioso que é o ridículo” (ARISTÓTELES, 2005, p. 246). Mais à frente, o estagirita aponta onde se encontra o ridículo e como ele pode ser representado: “O ridículo reside num defeito e numa tara que não apresentam caráter doloroso ou corruptor. Tal é, por exemplo, o caso da máscara cômica feia e disforme, que não é causa de sofrimento” (ARISTÓTELES, 2005, p. 246). Ao contrário dos personagens de *status* social, íntegros e inteligentes da tragédia, os personagens cômicos apresentam alguma característica ou portam algum objeto jocoso que chega a ser ridículo:

Mãe tenta sufocar bebê com desodorante¹⁴

Percebe-se, nessa manchete, um entrecruzamento das características de ambos os gêneros descritos na *Poética* de Aristóteles. O fato de uma mãe tentar sufocar seu bebê é algo trágico, devido à forte relação de afetividade que há entre mães e filhos, à fragilidade e inocência do bebê que é incapaz de se defender. A presente manchete nos remete à tragédia grega de Eurípedes, *Medéia*. Por outro lado, o acontecimento se aproxima da comédia, do ridículo, uma vez que o objeto que a mãe utiliza para sufocar o bebê (um desodorante) não apresenta caráter doloroso e doloso: uma mãe que mata os filhos com uma faca, como Medéia fez, é um fato trágico; entretanto, uma mãe que tenta sufocar o filho com um desodorante é fato trágico sim, mas que beira ao ridículo, uma vez que o objeto utilizado para a ação não carrega características letais, como uma faca ou um punhal.

3. A ORGANIZAÇÃO DISCURSIVA DAS MANCHETES DOS JORNAIS POPULARES

Para dar subsídios à nossa hipótese de que, na constituição dos jornais populares, o efeito de trágico pode estar num processo de transição para o efeito

cômico, procuramos analisar o jornal *Super* em termos de sua organização discursiva, ou seja, descrevendo¹⁵ “os procedimentos que consistem em utilizar determinadas categorias de língua para ordená-las em função das *finalidades discursivas* do ato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2008, p. 74 – grifos do autor). Devido às características próprias do gênero textual manchete¹⁶, focamos nossa análise nos modos de organização descritivo e narrativo. Isso exposto, vejamos o que cada um deles pode elucidar em termos de estratégia de *captação/dramatização* nos jornais populares.

3.1 O MODO DE ORGANIZAÇÃO DESCRITIVO E A CONSTRUÇÃO SUBJETIVA DO MUNDO NO JORNAL POPULAR

O *modo de organização descritivo*¹⁷ leva em consideração três componentes: *nomear, localizar-situar e qualificar*. Como pudemos evidenciar em nossa análise, o procedimento linguístico predominantemente utilizado pelo jornal *Super* para nomear é a *denominação*. Esse modo de nomeação se assenta sobre a generalização, e as personagens são apresentadas como indivíduos representantes de uma classe genérica de seres (CHARAUDEAU, 2008). Do total de manchetes analisadas (40 presentes nas 20 capas do *corpus*), as denominações predominantes formam: em sete, o *Super* utiliza o termo “mulher”; em seis, o termo “ex”; em cinco, o termo “bebê”; em três, o termo “mãe”; em três, o termo “marido”. Como pode ser percebido, há um enfoque na relação de afetividade entre os envolvidos, o que caracteriza o caráter trágico dos crimes.

Mata a ex na missa e confessa no *whatsapp*¹⁸

Já quanto ao procedimento de *localizar-situar*, o exemplo anterior apresenta o assassinato de uma mulher que estava na missa; entretanto, a combinatória ou, melhor dizendo, a falta de paralelismo semântico (apesar do paralelismo sintático) entre as palavras “missa” (espaço físico) e “*whatsapp*” (espaço virtual), que informam o leitor sobre a cena do crime, sugere um efeito ridículo, pois, pode-se questionar: se estava na missa, é pressuposto que estava numa igreja (ou num ambiente propício para atividades de cunho religioso, com a presença de uma dada autoridade religiosa); logo, por que não se confessou nesse local? Um raciocínio lógico para uma atitude ilógica, ou seja, ridícula. Utilizando de um expediente semelhante:

Mata o marido e foge com bebê na garupa¹⁹

É trágico uma esposa matar o marido, mas chega a ser ilógico, e beira ao cômico, a sua fuga com o bebê na garupa, devido à incapacidade de um bebê se sustentar na garupa de uma moto.

Ladrão usando calcinha é morto por ex-policial²⁰

Ao *qualificar* o personagem *ladrão*, a forma reduzida de gerúndio “usando calcinha” traz uma incoerência (cultural, social ou comportamental) e, por conseguinte, um bafejo de comicidade. Esse ponto nos leva à ideia de construção do mundo pela linguagem. De acordo com Charaudeau (2008), há dois tipos de construção do mundo: a *objetiva* e a *subjativa*. As *construções objetivas* buscam uma fidelidade ao mundo, organizando-o de forma sistemática e resultando de um ponto de vista científico (ou que pode ser comprovado). Por outro lado, as *construções subjativas* do mundo “consistem em permitir ao sujeito falante descrever os seres do mundo e seus comportamentos através de sua própria visão, a qual não é necessariamente verificável. O universo assim construído é relativo ao imaginário pessoal do sujeito” (CHARAUDEAU, 2008, p. 125).

Nessa linha, podemos colocar a seguinte problemática: enquanto instância de comunicação, o jornal *Super* tem o papel de informar o leitor, cumprindo a visada de *fazer-saber*; entretanto, ao utilizar-se da estratégia de construção subjativa do mundo, o jornal produz a visada de *fazer-sentir*, que faz o jornal transitar entre essas duas visadas, informando ao leitor, mas, ao mesmo tempo, procurando provocar algum tipo de sentimento e ou prazer. Isto porque:

A finalidade do contrato de comunicação midiática se acha numa tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma delas, a uma lógica particular: uma visada de fazer saber, ou visada de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão; uma visada de fazer sentir, ou visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. (CHARAUDEAU, 2009, p. 86)

O exemplo a seguir evidencia como é possível perceber o uso da construção subjativa na elaboração das manchetes:

Mulher é executada com bebê no colo²¹

A manchete encontra-se num empasse com o restante da reportagem (interna ao jornal), porque não se sabe ao certo como o crime aconteceu. As únicas informações obtidas são de que uma criança foi encontrada sobre a mãe morta e que esta foi assassinada. O subtítulo²² da manchete deixa claro que o crime ainda é um mistério para a polícia. Sendo assim, a informação de que a criança estava no colo da mulher no momento da execução não é uma descrição verificável, constituindo-se assim uma construção subjativa do acontecimento.

3.2 O MODO DE ORGANIZAÇÃO NARRATIVO E O RIDÍCULO NA AÇÃO TRÁGICA

Conforme Charaudeau (2008), o *modo de organização narrativo* leva em consideração o ato linguageiro de *contar*, mas *contar*²³ numa dada situação e com uma dada finalidade. Daí que as sequências discursivas organizadas

narrativamente girarão em torno de quatro principais componentes, a saber: o *actante*, o *paciente*, a *ação* e o *objeto*. No *corpus* deste trabalho, das manchetes analisadas (40 no total), doze dos *actantes* são ocultos, ou seja, somente pela manchete não é possível identificá-los. Quatro estão implícitos, ou seja, é possível inferir que dois são esposas e dois são “ex”. Três são *mães*. Três são *mulheres*. Os demais *actantes* são: *sem vergonha*; *preso*; *motoqueiro*; *PM*; *faminto por fulga*; *ex*; *adolescente*; *ex-policial*. Em relação aos *pacientes*, cinco são *mulheres*. Quatro estão implícitos, entretanto é possível inferir que em dois casos são “ele” e dois são “ela”. Três são *bebês*. Uma *criança* e dois *irmãos gêmeos*. Em três casos, os *pacientes* são: uma “A ex”. Dois *maridos*. Três *ladrões*. Os demais *pacientes* são: *PM*; *namorado*; *Ex*; *Oculto*; ‘*amiga*’; *milionário*; *policial*; *pai*. Com efeito, contrastando os *actantes* com os *pacientes*, é possível perceber a presença marcante das *mulheres* principalmente como *paciente* das ações. Outro dado importante é o grande número de *actantes* ocultos, doze. Sete dos *pacientes* de tais *actantes* ocultos são *mulheres*. O fato de muitos *actantes* estarem ocultos faz com que a ênfase seja dada aos outros componentes: *paciente*, *ação* e *objeto*.

Em relação à *ação*, o verbo “matar” é utilizado doze vezes; “morrer” é utilizado seis vezes. Três vezes, o verbo “jogar”. Duas vezes, a forma conjugada “preso”. Demais verbos são: “pulada”; “mostra”; “arranca”; “flagra”; “atira”; “assaltar”; “roubar”; “assassinada”; “come”; “tenta sufocar”; “leva tiro”; “é executada”; “foge”; “confessa”. Já os *objetos* utilizados são: desodorante; óleo quente; botijão de gás; canivete; machadinha; copo de cerveja; joias (roubadas). Contrastando as *ações* com os *objetos*, vale ressaltar o grande número de vezes que o verbo “matar” é utilizado nas manchetes, doze vezes, e, em outras ações, a consequência também foi a morte dos *pacientes*, o que caracteriza o caráter trágico das manchetes. Por outro lado, os *objetos* utilizados dão um tom cômico para as manchetes, como no exemplo a seguir:

Botijão de gás vira arma para matar²⁴

O fato de um botijão de gás, a princípio, não ter como característica a letalidade, somada ao seu tamanho, formato, peso e função primária do objeto, cria um efeito cômico para o acontecimento narrado: imaginar alguém levantando um botijão para lançá-lo em outra pessoa com a intenção de matar.

Além dos componentes mencionados – *actante*, *paciente*, *ação* e *objeto* –, Charaudeau nos diz que “na organização geral de uma história, nem todas as funções narrativas estão no mesmo plano” (CHARAUDEAU, 2008, p. 164), o que cria uma hierarquização entre as funções narrativas: principal e secundária. Ainda seguindo Charaudeau (2008, p. 164), a função da narrativa principal é determinar “as grandes articulações da história, numa lógica de ação de *causa* e *consequência*” e a função da narrativa secundária é completar “de diversas maneiras os espaços entre as grandes articulações da história”. Nas manchetes analisadas, percebemos que a narrativa principal das manchetes apresenta, predominantemente, uma ação trágica, e que a narrativa que se segue apresenta um tom cômico, como no exemplo a seguir:

Mata mulher a pauladas e vai dormir

A narrativa principal desta manchete é trágica devido à forma brutal com que uma mulher é morta, somada ao caráter passional do caso. Entretanto, a ação que se segue é inusitada, o que traz um tom de cômico para a narrativa. Além de uma quebra de expectativa no leitor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O termo “jornal popular” muitas vezes foi e é ainda usado em tom pejorativo, ligado à ideia de sensacionalismo. A ênfase do jornal *Super* dada à violência e a fatos chocantes justificaria o termo “jornal de sangue”, forma pela qual o periódico é conhecido. Considerando os dizeres de Arantes (2010), podemos afirmar que a ênfase do jornal *Super* no trágico é uma forma de captar leitores:

Pois tal instância (instância de produção) pretende, dentre outras finalidades, influenciar seus leitores de forma a persuadi-los à efetuação da compra do jornal, o que faz com que determinadas estratégias sejam utilizadas com o intuito de captar o leitor, principalmente, através da primeira página, por constituir-se como uma espécie de vitrine do conteúdo da edição em voga (ARANTES, 2010, p.18)

Ao passarmos pelas definições aristotélicas da tragédia, é possível perceber a presença do trágico no periódico analisado. Também fica evidente a capacidade que o trágico tem de captar o leitor, uma vez que tal gênero tem o intuito de gerar o efeito de espanto e compaixão. No entanto, ao analisarmos as manchetes do *Super*, tendo em vista não apenas a tragédia, mas também a comédia e passando pelos modos de organização descritiva e narrativa do discurso, notamos outro direcionamento de sentido: o discurso, tido a priori como sério/trágico, nas manchetes analisadas, gera efeitos catárticos que se aproximam daqueles desencadeados pelo cômico/humor. Ainda que esse movimento dos jornais não seja suficiente para dizemos que eles são ou estão se tornando cômicos, podemos assumir, minimamente, que, pelo menos eles estão fazendo “coexistir” esses dois efeitos de sentido²⁵.

De fato, nas análises feitas foi possível evidenciar os entrecruzamentos de características de ambos os gêneros, da tragédia e da comédia – mas não o suficiente para denominarmos o *Super* como um jornal tragicômico: a forte presença das relações afetivas entre os agressores (por vezes, assassinos) e as vítimas torna os crimes mais chocantes, e a presença da morte constrói o clímax, o ápice do sensacionalismo das manchetes. Por outro lado, as personagens escolhidas são pessoas normais/comuns e, às vezes, pioradas; já quanto aos objetos utilizados para agredir/matar, eles não têm, a princípio, o caráter letal que a eles foi atribuído nas/pelas manchetes, o que resulta na presença de um defeito ou de uma tara como ressaltou Aristóteles (2005).

Além disso, é importante ressaltar que as manchetes do jornal *Super* exibem um grande derramamento de sangue entre pessoas unidas por afeição. Os crimes são entre pessoas comuns, sem nenhum tipo de prestígio social. As personagens, em sua grande maioria, são retratadas pelo gênero (homem ou mulher) ou pela

relação de afetividade (mãe; pai; filho (a); amigo (a)). Ao contrário do efeito gerado na tragédia do rei Édipo, o fato de serem pessoas comuns minimiza o efeito trágico de comoção, sobrando para o leitor do jornal popular, quem sabe, rir da desgraça dos outros.

Blood, tears and... laughters: from tragic to comic in popular print media

ABSTRACT

This article aims to analyze, from the Discourse Analysis perspective (more specifically the Patrick Charaudeau's Semiolinguistic), linguistic-discursive strategies that are expected on popular medias and, apparently, enable the transition from the cathartic effect (tragic) to certain meaning effects close to humor/comic/ridicule. This paper considers the dramatic metaphor in order to comprehend social discourses that in turn enables to see the social characters represented on media as actors and readers as audience.

KEYWORDS: Discourse analysis. Print media. Humor. Tragic effect. Comic effect.

NOTAS

1 Associação Nacional de Jornais – dados disponíveis em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil/>>. Acesso em: 26 out. 2015.

2 Esses jornais estão quase sempre ligados a outros jornais de referência, parafraseando e/ou resumindo suas matérias. O *Super Notícias*, por exemplo, se liga ao grupo *O Tempo*; já o *Aqui ao Estado de Minas*, para citar alguns.

3 Emediato (2010, p. 71-92) propõe uma análise da argumentação midiática a partir da percepção da “problematicidade” constitutiva da linguagem, com o intuito de se poder chegar à caracterização de uma ética cidadã que possui características próprias em cada meio midiático e que, de alguma maneira, é reproduzida no texto de informação. Isso porque as “proposições implícitas analisáveis nos textos midiáticos lhes conferem, [...], sua “problematicidade” argumentativa e apontam para a identificação de uma ética cidadã pressuposta circulante no espaço público”. Em outras palavras, admite-se que o complemento de um enunciado dado implica o sentido que o sujeito enunciadador supõe que o leitor/ouvinte concede a esse mesmo enunciado, por meio de um raciocínio por intuição ou por inferência dedutiva. Haveria, portanto, para cada meio midiático uma “razão” correspondente que acarretaria um tipo de atitude (verbal ou não) no sujeito leitor/receptor/ouvinte, como, por exemplo: a) Jornal de informação → *razão cidadã* → atitude de indignação, solidariedade etc. b) Jornal popular → *razão catártica* → atitude de prazer, ódio, revolta etc.; c) Jornal partidário → *razão partisan* → crítica, apoio, engajamento etc.; d) Jornal religioso → *razão dogmática* → crença, credo, fé etc.

4 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, ago. 2014, ano 13, n. 4483, p.1.

5 Para Favre (1995 *apud* MINOIS, 2003, p. 117): “se formos dotados de humor, podemos fazer uma leitura humorística de textos desprovidos de humor”. Há também que se pensar se o contrário não pode ocorrer ou, em outros termos, se não formos dotados de um mínimo senso de humor, textos nitidamente humorísticos podem não ser lidos/interpretados como tal. Mais detalhes sobre o conceito de intuição na seleção de *corpus* para a análise do humor, *vide* Vale (2013, p. 27 *et seq.*)

6 Este trabalho é, grosso modo, uma reflexão a partir dos resultados obtidos no projeto de pesquisa (PIBIC/CNPq – 2017-2018 – n. reg. 80116270324) “Do trágico ao cômico nos ‘jornais de sangue’: dramatização e estratégias discursivas no Super Notícias”, articulada aos nossos trabalhos desenvolvidos no Programa de Pós-graduação em Letras da UFV sobre a interdiscursividade do discurso humorístico com os demais discursos sociais.

7 A metodologia proposta para essa pesquisa partiu, primeiramente, da seleção de 20 capas do jornal *Super Notícia*, adotando-se como critério a relação intuitiva entre os temas trágicos e cômicos a partir de alguma incoerência semântica que indicasse a possibilidade de interpretação do enunciado como ridículo.

8 *Super Notícias*, ou SUPER, foi lançado 2002 pelo grupo *O Tempo*. Tinha o preço inicial de R\$ 0,50 que, devido à estreia de outro jornal popular, o *Aqui!*, foi reduzido para R\$ 0,25, constituindo uma estratégia para agariar mais leitores. Ambos os periódicos abrangem a área metropolitana de Belo Horizonte, Minas Gerais.

9 Letra de Miguel Gustavo, publicada originalmente no disco *Descendo o Morro*, de 1961. Disponível em: <<https://terradegigantes65.wordpress.com/2012/06/25/jornal-da-morte-musica-e-gritos-denunciam-a-pessima-pratica-jornalistica/>>. Acesso em: 25 out. 2015.

10 O que não quer dizer que algumas dessas marcas, latentes numa espécie de “herança genética” na configuração dos jornais populares, não possam ser sacadas para promover certas estratégias nesse tipo de mídia. Daí assumirmos também que as características dos “jornais de sangue”, embora não mais predominantes, quando se fazem presentes nas mídias populares atuais, não desqualificam os jornais populares quanto ao seu caráter informativo.

11 A “pathemização” está ligada ao uso ou à presença, em certas *finalidades* comunicativas, da visada de *pathos*, isto é, da visada de *fazer-sentir* que, por sua vez, procura “provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável” (CHARAUDEAU, 2009, p. 69).

12 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, ago. 2014, ano 13, n. 4482, p.1.

13 É interessante ressaltar ainda que a dicotomia tragédia *versus* comédia pode se fundir no gênero tragicômico, sendo que esse “estilo conhece ‘altos e baixos’: linguagem realçada e enfática da tragédia e níveis de linguagem cotidiana ou vulgar da comédia” (PAVIS, 2008, p. 420).

14 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, ago. 2014, ano 13, n. 4490, p.1.

15 Um resumo dos movimentos de descrição do *corpus* que dá subsídio a essa análise pode ser evidenciado nos apêndices 1 e 2 deste artigo.

16 Seguindo a proposta de Costa (2012, p. 163), consideraremos *manchete* como um gênero textual que “pode se referir ao título principal, de maior destaque, em letras grandes, no alto da primeira página de jornal ou revista, alusivo a mais importante entre as notícias ou reportagens contidas na edição [...]. Geralmente é um enunciado breve, mas de grande força enunciativa, que chama a atenção do leitor para o fato de maior destaque e até pode atrair o leitor para a leitura da matéria jornalística destacada. [...] Por essa característica fundamental, a manchete/título é uma espécie de link que o leitor tem para decidir se vai ler ou não o texto original.”

17 Discursivamente, *descrever* consiste, de acordo com Charaudeau (2008, p. 113), “em identificar os seres do mundo cuja existência se verifica por consenso (ou seja, de acordo com os códigos sociais). No entanto, essa identificação é limitada, e mesmo coagida pela finalidade das Situações de Comunicação nas quais se inscreve, e relativizada, tornando-se até mesmo subjetiva, pela decisão do sujeito descritor.”

18 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, out. 2016, ano 15, n. 5265, p.1.

19 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, set. 2014, ano 13, n. 4518, p.1.

20 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, jul. 2014, ano 13, n. 4482, p.1.

21 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, set. 2014, ano 13, n. 4504, p.1.

22 Subtítulo da manchete: “Vítima foi assassinada com oito tiros à queima-roupa em uma estrada deserta, em Esmeraldas, e a criança de 1 ano foi encontrada chorando sobre a mãe. Polícia não tem pistas desse crime misterioso”.

23 “Contar é uma atividade *posterior* à existência de uma realidade que se apresenta necessariamente como *passada* (mesmo quando é pura invenção), e, ao mesmo tempo, essa atividade tem a propriedade de fazer surgir, em seu conjunto, um universo, *o universo contado*, que predomina sobre a outra realidade, a qual passa a existir somente através desse universo. Nessas condições, como pretender que uma narrativa possa ser o reflexo fiel de uma realidade passada (mesmo que essa realidade tenha sido efetivamente vivida pelo sujeito que narra)?” (CHARAUDEAU, 2008, p. 154 – grifos do autor)

24 Fonte: SUPER NOTÍCIAS. Belo Horizonte: Sempre Editora, dez. 2011, ano 10, n. 3492, p.1.

25 Muito embora seja necessário o desenvolvimento de outros trabalhos de pesquisa, podemos, a partir do que foi exposto, tomar essas considerações como uma espécie de generalização. Falamos disso, pois outros periódicos da mesma linha do *Super Notícias* também apresentam, ou para mais ou para menos, essa mesma trajetória do efeito trágico para o cômico. Deixaremos, aqui, como exemplo, a manchete do Jornal Meia Hora, do

Estado do Rio de Janeiro, que, na sua edição dia 26 de outubro de 2014, anunciava: "NAMORADA DE CEGO É MORTA EM SURUBA E ELE NÃO VÊ NADA".

REFERÊNCIAS

ADAM, J-M. **A linguística textual**: introdução à análise textual dos discursos. 2 ed. rev. aum. São Paulo: Cortez, 2011.

AMARAL, M. F. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ARANTES, P. C. C. **Configuração de títulos e imagens de leitores em jornais populares do Brasil e da Alemanha**: uma análise comparativa. 2010. 160f. Dissertação (mestrado) - Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.

ARISTÓTELES. **Poética**. São Paulo: EDIPRO, 2011.

_____. **Poética**. Rio de Janeiro: EDIOURO, 2005.

CHARAUDEAU, P. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (orgs) **Gêneros**: Reflexões em análise do discurso. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004, p. 13-41.

_____. Captação. In: CHARAUDEAU, P; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006a, p. 93.

_____. Des catégories pour l'humour. **Questions de communication**: humor et média. Définitions, genres et cultures. Nancy: Presses Universitaires de Nancy, n. 10. 2006b, p. 27-43.

_____. **Linguagem e discurso**: modos de organização. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2009.

COSTA, S. R. **Dicionário de gêneros textuais**. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

EMEDIATO, W. Argumentação na mídia: problematidade e avaliação ética. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (Orgs.). **Análises do discurso** hoje. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010, v. 3, p. 71-92.

FAVRE, R. **Le rire dans tous ses éclats**. Lyon: Presses Universitaires de Lyon: 1995.

MELLO, R. Teatro, gênero e análise do discurso. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. **Gêneros: reflexões em análise do discurso**. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004, p.87-106.

MINOIS, G. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

MOTT, F. L. **A history of newspapers in the United States through 250 years**. Estados Unidos: Macmillan, 1941.

PAVIS, P. **Dicionário de teatro**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2008.

SOBRINHO, D. A. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995.

SÓFOCLES. **A trilogia tebana: Édipo Rei, Édipo em Colono, Antígona**. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2012.

VALE, R. P. G. **O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso**. 2013. 279f. Tese (doutorado) – Faculdade de Letras, POSLIN, UFMG, Belo Horizonte.

_____. Argumentação na mídia, problematidade e imitação nos gêneros transgressivos. **EID&A**. Ilhéus, n. 6, p. 138-152, jun.2014.

Recebido: 14 abr. 2020

Aprovado: 09 jun. 2020

DOI: 10.3895/rl.v22n37.11974

Como citar: VALE, Rony Petterson Gomes do; MIRANDA, Fábio Augusto Drumond. Sangue, lágrimas e... risos: do trágico ao cômico na mídia popular impressa. *R. Letras*, Curitiba, v. 22, n. 37 p. 156-172, jan./jun. 2020. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rl>>. Acesso em: XXX.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

