



Construção da verdade no jornalismo popularesco: estratégias discursivas para a ilusão referencial¹

Kelly De Conti RODRIGUES²

Carlos Alberto Garcia BIERNATH³

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP

RESUMO

Dotados de elementos que buscam identificação junto ao público, os jornalísticos televisivos, de cunho popularesco, empregam estratégias para criação de “verdade” em suas constituições. Nesse sentido, este trabalho pretende analisar dois programas jornalísticos que marcaram/marcam época na televisão brasileira: *Aqui Agora* – transmitido na década de 90 do século XX – e *Brasil Urgente* – ainda no ar. Para isso, nos embasaremos na Análise de Discurso de tradição francesa e nos conceitos de Patrick Charaudeau, Dominique Maingueneau, Mikhail Bakhtin, Ciro Marcondes Filho, Arlindo Machado, dentre outros.

PALAVRAS-CHAVE: Aqui Agora; Brasil Urgente; Efeitos de Verdade; Televisão.

INTRODUÇÃO

Visando conquistar identificação junto ao público, alguns programas televisivos de teor popularesco, assim caracterizados por conta de suas temáticas que envolvem violência e apelo ao obsceno, imbricaram certas estratégias que gerassem efeitos e valores de verdade em seu discurso.

Ao longo das últimas décadas, elementos como a ‘emoção’, oriundas de violência e da tragédia, passaram a ser amplamente trabalhadas por estes programas. Elas podem gerar no telespectador uma interpretação verdadeira, legítima, justamente por conta do fator ‘emoção’ que tais cenas criarão no imaginário do telespectador.

Outro fator de criação da ‘verdade’ é a opinião do sujeito-jornalista, que se posiciona abertamente acerca de um determinado fato (re)tratado pelo programa. Quando este posicionamento atinge o chamado “senso comum”, ele também fará parte de uma ‘verdade’ criada pelo próprio programa, fazendo parte do cotidiano da audiência.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicações Científicas da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Mestranda em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, Bolsista FAPESP. E-mail: decontik@yahoo.com.br

³ Mestrando em Comunicação Midiática da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - UNESP, Bolsista FAPESP. E-mail: beto.biernath@gmail.com



Nesse sentido, buscando entendermos a forma com que os programas popularescos encontram legitimidade junto à audiência, através da “verdade” imposta em seus discursos, analisaremos os televisivos *Aqui Agora* e *Brasil Urgente*, que conquistaram essa identificação, à luz dos estudos de Patrick Charaudeau, e de outros teóricos que estudam o discurso e o veículo televisivo.

A ESTRUTURA DO DISCURSO

Em toda estrutura discursiva existem componentes argumentativos que atuam como indicadores de sentido para que o receptor interprete o conteúdo de maneira a acreditar no que se diz. Para isso, o enunciador utiliza recursos que podem conferir credibilidade às informações proferidas. Além disso, busca organizar os elementos presentes no enunciado de forma a criar os efeitos de sentido que deseja transmitir.

O sociólogo francês Dominique Wolton (2010, p. 17) aborda tais motivos que permeiam o ato comunicativo. O primeiro propósito apontado pelo autor é *compartilhar*, que se trata de “uma necessidade humana fundamental e incontornável”. Em seguida vem a *sedução*, “inerente a todas as relações humanas e sociais”. A última é a *convicção*, “ligada a todas as lógicas de argumentação utilizadas para explicar e responder a objeções”. Essas três razões enumeradas por Wolton se encontram misturadas e hierarquizadas conforme as circunstâncias em que estão inseridas.

Na mecânica de construção de sentido, o enunciador, portanto, trabalha de forma a buscar que o receptor entenda o discurso da maneira mais próxima possível de sua intencionalidade. Fato este que Charaudeau (2012, p. 41) insere no processo de “transação”, o qual consiste, para o sujeito que produz uma prática de linguagem, em dar uma significação psicossocial a seu ato. Isto significa a atribuição de um objetivo segundo certos parâmetros:

As hipóteses sobre a identidade do outro, o destinatário-receptor, quanto a seu saber, sua posição social, seu estado psicológico, suas aptidões, seus interesses etc.; o efeito que pretende produzir nesse outro; o tipo de relação que pretende instaurar com esse outro e o tipo de regulação que prevê em função dos parâmetros precedentes.

Além da transação, Charaudeau também aborda, como processo de semiotização, o que nomeia de transformação. Neste, o enunciador torna o “mundo a significar” em “mundo significado”. Ou seja, ele modula os componentes do discurso de forma a produzir o sentido



que intenta transmitir. Nesse processo, o sujeito atua estruturando os significados a partir de um certo número de categorias:

Abrange categorias que identificam os seres do mundo *nomeando-os*, que aplicam a esses seres propriedades *qualificando-os*, que descrevem as ações nas quais esses seres estão engajados *narrando*, que fornecem os motivos dessas ações *argumentando*, que avaliam esses seres, essas propriedades essas ações e esses motivos *modalizando* (CHARAUDEAU, 2010, p.41).

No discurso da televisão, essa prática não é diferente. Pensando no modo de produção televisivo, ponderamos algumas características inerentes do discurso deste veículo de comunicação, como o discurso oral, amplamente utilizado pelos comunicadores que produzem conteúdo para a televisão. Tal fato favorece um tipo de meio de produção que encontram fundação no diálogo, conforme pondera Machado (2000).

Para Bakhtin (1979, p. 282), aliás, a palavra é o fenômeno ideológico por excelência, pois carrega uma carga de valores culturais que expressam as divergências de opiniões e as contradições da sociedade, tornando-se assim um palco de conflitos. O autor ainda argumenta que o fundamento de toda linguagem é o dialogismo. Ou seja, todo enunciado é um elo de uma cadeia de enunciados. Ou seja, as experiências verbais realizadas anteriormente com outros indivíduos está presente em toda manifestação do produtor do discurso. Os sentidos, com isso, não são originários do momento da enunciação, mas fazem parte de um “continuum”.

Ainda nesse sentido, de acordo com Machado (2000), o dialogismo de Bakhtin encontra origem no método socrático, oriundo na Grécia antiga. Assim, o diálogo socrático caracterizava-se por dois procedimentos marcantes, a saber:

Entendia-se por síncri se a confrontação de dois ou mais pontos de vista sobre um mesmo assunto. Era muito importante, portanto, que um debate tivesse debatedores com pontos de vista diferentes, uma vez que não há diálogo possível quando todos pensam exatamente da mesma maneira. Anácrise, por sua vez, era o nome que se dava aos métodos de provocar a palavra do interlocutor, foçando-o a colocar-se e externar claramente a sua opinião.

Nesse sentido, como propõe Maingueneau (1997, p.152) ao abordar o interdiscurso, a análise discursiva não deve se limitar a recorrer a definições do dicionário, mas também não pode recusar a existência destas. Ou seja, há uma interação entre o linguístico e o discursivo. Para exemplificar, o autor cita o que Marandin chama de “discurso nacional”, no qual

[...] cada entrada constitui um conjunto consciente de enunciados, separado da formação discursiva onde foram produzidos e, de alguma forma, “naturalizados”. O conjunto consistente de enunciados, ao “definir” um termo, constitui um tipo particular de pré-construído: um pré-construído assimilado à própria existência da língua nacional (MARANDIN *apud* MAINGUENEAU, 1997, p.152).

Assim como aponta Certeau (2008), a produção discursiva deriva de uma combinação entre a “edificação de um lugar de sentidos” – ou seja, a semantização – e de uma seleção, de maneira que possa ser ordenada uma inteligibilidade por meio de uma normatividade. Com isso, a língua se caracteriza por ser “como o estabelecimento das regras de um jogo que se confunde com a existência cotidiana” (DUCROT, 1972, p.12).

O discurso jornalístico se encontra inserido nesse processo. Revestido de pretensões de narrar a realidade, essa produção linguística organiza seus enunciados de maneira a criar uma ilusão de correspondência estrita e imediata entre o acontecimento e sua representação, além de inseri-lo no cotidiano do receptor. Como descreve Barthes (1988), as narrativas com pretensões realistas incorporam determinadas características que, ao tomar a estrutura do “ter-estado-presente” (ou seja, do “aquilo que se passa realmente”) como princípio norteador da fala, geram um efeito de realidade capaz de transmitir a ilusão de ser minuciosamente fidedigno ao fato, apenas o representando.

Essas características podem ser notadas por elementos da enunciação textual e pela ambientação criadas pelos produtores do discurso, os quais inserem o receptor em caminho interpretativo com o objetivo de provocar o efeito de real.

EFEITO DE REAL E VALOR DE VERDADE

Partindo da premissa de que o homem mantém sua relação com o mundo baseado numa crença de verdade, não é difícil imaginar a identificação que os objetos deste estudo conquistaram junto à audiência. Em ambos os programas encontramos diversas representações, que buscam empregar certa carga de ‘verdade’. Todavia, Charaudeau (2010) traça uma diferenciação entre o *valor de verdade* e o *efeito de verdade*.

A distinção entre as duas vertentes faz menção a um caráter filosófico. A verdade, por si, depende da crença de um determinado grupo social. Neste ponto, embora a verdade repouse numa instância exterior à do homem, ela só será legitimada – e compreendida – por ele mesmo através de seu sistema de crenças. Deste modo, há uma tensão entre o eixo da



verdade e o eixo da crença. Disso decorre a tentativa do próprio homem em criar meios para financiar ora um sistema de *valores de verdade*, ora um sistema de *efeitos de verdade*.

Essencialmente, o *valor de verdade* não indica uma ordem empírica. Ele detém um modo objetivo e pode ser considerado como um conjunto de técnicas que apregoam uma boa retórica ao orador do discurso, conferindo um caráter de *verdade*. Destarte, empregando os *valores de verdade* ao seu discurso, o orador confere uma imagem de “ser verdadeiro”.

Já o *efeito de verdade* de um discurso pode ser entendido mais pelo “parecer verdade” do que o “ser verdade”. Oriunda da subjetividade do sujeito em seu olhar sobre o mundo, assim conferindo ao orador um tipo de ‘credibilidade’ obtida graças a um reconhecimento da audiência.

O DISCURSO TELEVISIVO

Por ser o veículo que detém o poder de unir a imagem a o áudio, a televisão mantém boa representatividade junto a seu público, mesmo em tempos de ebulição de mídias digitais. Tal fascínio a torna um veículo de comunicação presente no cotidiano da sociedade. Isto porque muitas pessoas passaram a utilizar a televisão como uma verdadeira companheira doméstica, pois a deixavam ligada concomitantemente às suas atividades do lar, para lhes fazer companhia. Nesse contato, não é preciso responder – como seria necessário se estivéssemos falando com alguém – e é possível deter o controle ‘total’ da ação, podendo desliga-la ou mudar de canal no caso de inconveniência.

Entretanto, de acordo com Marcondes Filho (1988, p. 11), essa sensação de companhia reside somente na esfera do imaginário, uma vez que a companhia ali presente não passa de um objeto inanimado.

Vendo apresentadores, cenas, entrevistas, elas têm a ilusão de participarem do ambiente. Essa presença, contudo, é apenas *imaginária*, só existe na cabeça do telespectador. Na realidade, ele está muito só, embora sua solidão seja bastante diferente da solidão propriamente dita – a solidão existencial.

Essa sensação de aproximação causada pelo aparelho televisivo influi diretamente no imaginário do telespectador. E este será seduzido pela televisão:

O elemento vivo das pessoas, seu ‘motor, aquilo que as faz ter vontade de viver, não está no real, no cotidiano nem no mundo do trabalho e sim no imaginário. E a



televisão é a forma eletrônica mais desenvolvida de dinamizar esse imaginário (MARCONDES FILHO, 1988, p. 11).

Por sua aptidão em trabalhar imagens como representações, a televisão pode gerar dois tipos de olhar, de acordo com Charaudeau (2010): o olhar de *transparência* e outro de *opacidade*.

O primeiro, embora chamado assim, trata-se de uma ilusão de transparência, pois é com este olhar que o telespectador entenderá que o veículo televisivo pretende exibir o oculto, adentrar um lado desconhecido pela audiência até então. O segundo olhar, por sua vez, impõe, conforme assevera Charaudeau (2010, p. 112), “sua própria semiologização do mundo, sua própria intriga, sua própria dramatização”.

Estes olhares determinam a excelência da televisão, como veículo de comunicação, em (re)tratar os dramas do mundo – como os objetos deste trabalho faziam/fazem –, e mesmo os conflitos ente o poder político e o poder civil – através de debates.

Nessa (re)tratação dos dramas do mundo, os *valores de verdade* se dissolvem em diferentes manifestações discursivas.

Há a verdade dos *fatos*, que coloca o problema da autenticidade desses fatos; há a verdade da *origem*, que coloca a questão dos fundamentos do mundo, do homem e dos sistemas de valores; há a verdade dos *atos*, que parece emergir no instante mesmo de sua própria realização (CHARAUDEAU, 2012, p. 267).

Além destas, há outros dois tipos de verdades inerentes ao espaço social, a saber:

1. Verdade de *opinião*: Para Charaudeau (2010), esta verdade possui duas características básicas: ela encontra embasamento em um sistema de crenças e pode ser compartilhada pela maioria, o que confere um consenso quase que generalizado para seu valor. Nas entranhas desta verdade, há opiniões *comuns*: a mais compartilhada por trabalhar com enunciados simples de valor geral (por exemplo: “Criminoso tem de ser punido”); opiniões *relativas*: é discutível, mas gera convicção graças a termos modalizados (por exemplo: “Eu acho que é uma ação correta”); e a opinião *coletiva*: na qual há a denotação de um julgamento sobre os outros em uma categoria que os caracteriza (por exemplo: “Brasil é o país do futebol e do samba”).

2. Verdade de *emoção*: Esta verdade é aquela que encanta, provoca forte emoção, podendo levar ao pranto do espectador. Ela é baseada na reação emocional que poderá



provocar no receptor pelo (re)trato dado a uma notícia que envolva uma tragédia, por exemplo.

Nos objetos analisados neste estudo – *Aqui Agora* e *Brasil Urgente* –, as verdades constituídas parecem emergir de diversas raízes, que vão do posicionamento dos sujeitos-jornalistas – os apresentadores e repórteres –, às técnicas retóricas empregadas por estes.

O JORNALISMO ‘POLICIALESCO’ NA TELEVISÃO BRASILEIRA: AQUI E AGORA

Exibido inicialmente em 1991, o telejornal *Aqui Agora* surgia com uma fórmula ‘policialesca’, abordando temáticas que continham, em primazia, violência das mais variadas espécies. Seu nome fora herdado do programa “Aqui e Agora”, da extinta TV Tupi, que também apresentava semelhante teor. Sérgio Mattos (2010, p. 231), define o programa: “Em maio o SBT põe no ar um telejornal popular: *Aqui agora*, que estreou no dia 20 de maio copiando o modelo de jornalismo popular usado nas emissoras de rádios”.

Apostando na fórmula das cenas fortes e impactantes, o telejornal, que se manteve no ar até 1997 – retornou em 2008, mas saiu do ar dois meses após –, buscava identificação junto ao público através de um discurso imbricado nos *valores de verdade*.

A IDENTIFICAÇÃO DO SUJEITO-JORNALISTA POR SUA INDIGNAÇÃO

Na edição de 13/02/1995, a última reportagem exibida trazia o repórter Gil Gomes – conhecido jornalista que realizava coberturas policiais no rádio, com uma fala e trejeitos bem peculiares – indignado com a morte de um idoso, de 77 anos, que aguardava na fila do INSS para receber o benefício da aposentadoria.

Posicionado em um parque, envolto a um ambiente bucólico, Gil Gomes destoa seu discurso de indignação com o ocorrido: “*O que se espera depois de 35, 40 anos de trabalho? É que a pessoa, pelo menos, tenha um pouco de dignidade no fim da vida. O aposentado, que possa sentar num banco, que possa desfrutar de uma vista bonita como essa. Mas é isso que acontece no Brasil? Os senhores tomaram conhecimento. O Aqui Agora noticiou, os jornais falaram. Mas ninguém gritou. Um velhinho, 77 anos de idade, obrigado a chegar às 4h da*



manhã numa fila do INAMPS⁴. 4 horas da manhã para que ele pudesse ter o direito dele. E de repente, nessa fila, o homem de 77 anos de idade começa a se sentir mal. Começa a passar mal. Mas não podia deixar a fila. Ele fica, até que suas forças o sustentem de pé. Mas, sentou. Chamaram uma ambulância para atendê-lo. 1 hora! 1 hora foi a espera para a ambulância. E o velhinho, que contribuiu para a Previdência Social durante 35 anos, no mínimo, morreu nessa fila. Algo que é revoltante. Algo que dói, que machuca e que alguém precisa falar.

Durante sua fala, o jornalista aponta para o cenário de natureza que se apresenta no horizonte, gesticula com a mão direita, em sinal de protesto, e entona palavras que carregam forte carga semântica, como “dignidade”, por exemplo.

Em seu discurso, Gil Gomes cria um cenário em que parece querer aliar a morte do idoso aos problemas que a Previdência Social já enfrentava naquele ano de 1995, que já indicavam uma possível ‘quebra’. A própria legenda da reportagem dizia: “*Colarinho branco rouba sossego dos aposentados*”. Essa relação indicava a revolta do apresentador com funcionários de alto escalão da Previdência – daí o termo “colarinho branco” – nos possíveis desvios em dinheiro público.

Para introjetar credibilidade em seu discurso, buscando assim identificação junto à audiência, Gil Gomes se apoderou do que Charaudeau (2012) descreve como processo de “transação”. Isso porque, ao produzir seu ato de linguagem, o sujeito-jornalista conferiu uma significação psicossocial, ao reconhecer que seu público clamava por melhores condições para os aposentados. Assim, nomeando tais elementos em seu discurso, o repórter garantiu um *efeito de verdade* neste, uma vez que suas posições foram reconhecidas pela audiência ao partilhar de tais opiniões, embasadas, conforme supracitado, em termos semânticos.

Outrossim, Gil Gomes também fez uso de *valores de verdade* em seu discurso. A descrição que fez sobre a morte do idoso, que aguardava na fila, confere elementos discursivos que remetem a um *valor de verdade de emoção*.

Utilizando uma espécie de narrativa para relatar os últimos minutos de vida do idoso, o repórter cria um discurso ‘dramático’ na edição, sobretudo ao dizer que: “(Ele) *Começa a passar mal. Mas não podia deixar a fila. Ele fica, até que suas forças o sustentem de pé. Mas, sentou. Chamaram uma ambulância para atendê-lo. 1 hora! 1 hora foi a espera para a*

⁴ Autarquia criada pelo regime militar em 1974, foi um desmembramento do Instituto Nacional de Previdência Social (INPS) e era responsável pelo atendimento médico aos contribuintes da Previdência Social. Fonte: <<http://sistemaunicodesaude.weebly.com/histoacuteria.html>>. Acesso em: 23 mar 2015.



ambulância. E o velhinho, que contribuiu para a Previdência Social durante 35 anos, no mínimo, morreu nessa fila”. Essa luta do idoso pela vida, mantendo-se firme na fila que lhe propiciaria atendimento médico, ilustra uma espécie de ‘luta’ pela vida até o final, quando suas forças se esvaíram e encerraram sua existência. Este discurso encontra embasamento de ‘verdade’ no *valor de verdade de emoção*, pois é baseada na reação emocional do telespectador, que pode ter sentido a revolta que Gil Gomes tanto citou em sua fala, levando à interpretação da reportagem como uma ‘verdade’ em sua concretude.

BRASIL URGENTE: AS VERDADES ARTICULADAS PELO JORNALISTA

Sob o comando do jornalista Roberto Cabrini, o Brasil Urgente estreou na Rede Bandeirantes no início de dezembro de 2001. Ao longo dos anos, o programa sempre manteve seu foco em notícias policiais, caracterizando-se por constantes entradas ao vivo de repórteres.

Neste artigo, apresenta-se a análise de uma edição dentro da amostra estudada com a finalidade de refletir a respeito da produção de sentido discursiva e da articulação entre as “verdades” narradas pelo apresentador José Luiz Datena.

Na edição em questão, do dia 4 de junho de 2014, o jornalista aborda o caso de uma agressão por parte de um policial militar a um cinegrafista do Brasil Urgente identificado como Hércules. Datena passou boa parte do programa questionando a atitude e pedindo explicações por parte da corporação e do governo do Estado de São Paulo.

Inicialmente, destaca-se a repetição das cenas e de algumas frases do apresentador. Ele reforça o ocorrido e a verdade defendida por meio da ênfase dada ao fato e a determinadas expressões. Entre estas, ganha destaque a insistência de Datena ao dizer que o “*cinegrafista foi agredido pelas costas*”. É um consenso social tratar esse tipo de atitude – uma agressão pelas costas, quando a pessoa está impossibilitada de se defender – como covardia por parte do agressor. O apresentador do Brasil Urgente repete incessantemente a forma como ocorreu o fato, além de utilizar termos como “*cacetada*”, “*porrada*” e “*covardemente*” para destacar ainda mais a violência.

Na abordagem de Datena, também é relevante a frequência com que afirma que costuma defender a Polícia Militar e suas atitudes. Algumas das demonstrações desse aspecto podem ser notadas em passagens como: “*Todo dia nós defendemos polícia aqui. Nós*



achamos que policial ganha mal, que luta contra bandido, que não merece viver em uma situação como essa aí”; “lutamos pra caramba pra defender o policial, que é a malha protetora da sociedade. Pra quê? Pra, de repente, um cara que eu quero crer não vá manchar a corporação”; “eu exijo uma resposta neste exato momento da Polícia Militar, porque a imagem que eu tenho da Polícia Militar não é essa imagem covarde que eu vi aí”; “vai tudo contra aquilo que eu tenho lutado. Demonstrado que a Polícia Militar tem mais de 106 mil homens, que é uma corporação gloriosa. Pra quê? Pra pegar um cinegrafista nosso e dar uma cacetada nas costas do cara, pelas costas. Um covarde de um policial... Isso não é policial. Pra mim, não é policial. É um cara que está com farda, e não merece vestir farda”.

Esse efeito de verdade que busca mostrar a imagem positiva da Polícia Militar enquanto instituição ainda é reforçada nas várias vezes que Datena afirma que o policial em questão é uma exceção, destacando que os profissionais não atuam dessa forma, mas são verdadeiros protetores da população. Ele afirma que apenas este deve ser identificado e punido.

Esta observação do apresentador demonstra até mesmo certa incoerência em seu discurso, uma vez que ele também mostra a imagem de outros dois policiais algemando uma mulher e critica a atitude. Datena aponta que eles *estavam “pegando aquela mulher e algemando. Pra quê se a mulher está dominada? Mas o que prova a covardia é a porrada que ele deu no nosso cinegrafista pelas costas. Pode ver! Vamos mostrar aí”.*

A violência contra a mulher ganha um destaque bem inferior em relação à agressão ao cinegrafista e, nos momentos em que lembra dela, sempre volta a dar ênfase maior a este, como no trecho que destacamos. A cena, em certa medida, é mostrada para intensificar a carga de culpa da polícia em relação ao cinegrafista, corroborando com o efeito de verdade desejado. Esse discurso também atua com uma articulação entre as verdades de opinião e de emoção, já que, ao mesmo tempo que a violência age na sensibilidade das pessoas, a agressão contra a mulher também é algo encarado de forma condenável pela sociedade brasileira.

Além disso, apesar da atitude desses dois policiais, o apresentador continua defendendo que o primeiro é uma exceção na corporação, reforçando o efeito de verdade a respeito da Polícia Militar. A discussão, ao longo do programa, não é para identificar os agressores da mulher, mas apenas do cinegrafista. Em certo momento, inclusive, o secretário de Segurança, Fernando Grella Vieira, ligou para o programa e informou que o PM em questão foi detido.



O próprio jornalista, dessa forma, coloca-se em um patamar de autoridade, já que em diversos momentos afirmou que esperava a explicação dos representantes do governo estadual. Soma-se a isso, a maneira como ele também se intitula em um papel semelhante ao que o próprio confere à polícia: como um defensor dos interesses da sociedade. Isso fica claro em trechos como o seguinte, quando ele exige: *“Eu vou parar de defender todo mundo, e vocês é que se danem. Pô, vai tudo contra aquilo que eu tenho lutado”*. Em vários trechos, Datena faz considerações como essa após exigir explicações a respeito da agressão ao cinegrafista.

À GUIA DE CONSIDERAÇÕES

Utilizando-se dos conceitos a respeito da produção de sentido, as análises mostraram a carga semântica dos discursos imagéticos e textuais nos objetos selecionados. Foi possível notar como as paixões podem ser mobilizadas pelo discurso e têm capacidade de serem estimuladas sob a força de argumentos. O reforço da verdade defendida, muitas vezes, também ocorre por meio da utilização de opiniões embasadas no sistema de crenças da sociedade em que aquele enunciado é proferido.

Cria-se, por meio dessas estratégias discursivas, um efeito de verdade que, como propõe Barthes, gera a ilusão de que o que é representado pode ser misturado ao próprio real. Os gestos, as ênfases e as repetições de determinadas ideias, por exemplo, são estratégias muito utilizadas nesse gênero televisivo, impondo a verdade dita pelo jornalista. Nos dois casos, a maneira expressiva de ambos, consideravelmente grandiloquente, também afeta a emoção do público, reforçando o real por eles defendido.

Com isso, nota-se a semelhança entre os dois programas no que se refere ao papel central do jornalista como uma autoridade. Ambos se inserem, nos objetos analisados, como defensores do interesse público, o que confere a eles a credibilidade para dizerem a “verdade”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. Trad. Mário Laranjeira. São Paulo: Cultrix, 1984.



-
- CERTEAU, Michel de. **A Escrita da História**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006
- DUCROT, Oswald. **Princípios da Semântica Linguística (dizer e não dizer)**. São Paulo: Cultrix, 1972.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac São Paulo, 2000.
- MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise de discurso**. Campinas: Pontes, 2002.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988
- MATTOS, Sérgio Augusto Soares. **História da televisão brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Editora Vozes, 2010.
- WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.