

MODOS DE LER, MODOS DE VER: UMA LEITURA DAS ESTRATÉGIAS VERBAIS E NÃO VERBAIS EM PROGRAMAS FEMININOS TELEVISIVOS

Najara Ferrari Pinheiro, UCS/RS; CNPq¹

Resumo

De acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Filosofia, História, Geografia, Serviço Social, Comunicação Social, Ciências Sociais, Letras, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia, PARECER N.º: CNE/CES 492/2001, os cursos de Letras devem levar em consideração os desafios da educação superior diante das intensas transformações que têm ocorrido na sociedade contemporânea, no mercado de trabalho e nas condições de exercício profissional. Concebe-se a Universidade não apenas como produtora e detentora do conhecimento e do saber, mas, também, como instância voltada para atender às necessidades educativas e tecnológicas da sociedade. Ressalta-se, no entanto, que a Universidade não pode ser vista apenas como instância reflexa da sociedade e do mundo do trabalho. Ela deve ser um espaço de cultura e de imaginação criativa, capaz de intervir na sociedade, transformando-a em termos éticos. Ressalta, como um dos perfis dos formandos, que eles devem ser capazes de refletir teoricamente sobre a linguagem, de fazer uso de novas tecnologias e de compreender sua formação profissional como processo contínuo, autônomo e permanente. Diante desse posicionamento, proponho, neste artigo, uma discussão sobre os gêneros discursivos/textuais na mídia (Bakhtin, Martín-Barbero, Castro), especificamente, na televisão, para que se possa desenvolver atividades de leitura crítica com base na Análise Crítica de Discurso (Fairclough) de produtos desse meio no ensino fundamental e médio. Focalizo aqui as estratégias verbais e não-verbais em programas femininos televisivos.

PALAVRAS-CHAVE: leitura; televisão; gêneros discursivos/textuais; estratégias verbais e não-verbais.

1 Considerações iniciais

A partir do enfoque das Diretrizes do CNE para os cursos de graduação e, em especial para o Curso de Letras, ressalta-se que elas preconizam a Universidade não apenas como produtora e detentora do conhecimento e do saber, mas também, como instância voltada para atender às necessidades educativas e tecnológicas da sociedade. Ressalta-se, que a Universidade não pode ser vista apenas como instância reflexa da sociedade e do mundo do trabalho. Ela deve ser um espaço de cultura e de imaginação criativa, capaz de intervir na sociedade, transformando-a em termos éticos.

A área de Letras, abrigada nas ciências humanas, põe em relevo à relação dialética entre o pragmatismo da sociedade moderna e o cultivo dos valores humanistas.

Nessa perspectiva, o enfoque das disciplinas ligadas ao Curso de Letras ou aos Departamentos de Letras das Instituições de Ensino Superior (IES) devem pensar o ensino de línguas e literatura, bem como de outras áreas das ciências humanas e sociais, como uma instância que se preocupa com o desenvolvimento de potencialidades que atendam às demandas de uma sociedade em constante evolução.

¹ Pesquisa com apoio CNPq. Corpo na TV: estratégias verbais e não-verbais de representação de gênero no discurso dos magazines femininos televisivos. Apoio a Projetos de Pesquisa / Edital MCT/CNPq/PR-SMP 45/2005 - Relações de Gênero, Mulheres e Feminismos. Processo nº 402960/2005-0.

Destaca-se que o objetivo do Curso de Letras é formar profissionais interculturalmente competentes, capazes de lidar, de forma crítica, com as linguagens, especialmente a verbal, nos contextos oral e escrito, e conscientes de sua inserção na sociedade e das relações com o outro. [...] Deve ser capaz de refletir teoricamente sobre a linguagem, de fazer uso de novas tecnologias e de compreender sua formação profissional como processo contínuo, autônomo e permanente.

A ênfase nesses objetivos possibilita elencar alguns aspectos relativos à leitura e à análise de textos tanto no âmbito da formação de professores na área quanto na esfera da atuação profissional. Por isso, neste artigo, aponta-se a relação da análise e da leitura crítica de textos televisivos como uma das formas de lidar com as diferentes linguagens (a sonora, a visual e a verbal), destacando-se, assim, a função dos fundamentos da Análise Crítica do Discurso (ACD), da Sociossemiótica e da Teoria Social da Mídia, para a investigação das estratégias da linguagem verbal e da não-verbal em programas femininos televisivos.

Dados recentes² comprovam a supremacia da TV nos lares brasileiros, por isso pode-se inferir que, a televisão é a mídia de maior acesso pela população em geral. Se seus textos-programas estão facilmente disponibilizados ao simples toque de um botão, então, esses textos são os que transitam mais fácil e efetivamente no cotidiano das pessoas. Daí a necessidade de analisar os produtos televisivos integrando os fundamentos de duas áreas essenciais para esta investigação: Lingüística/Letras e Comunicação Social. Nesse cruzamento, associam-se as noções de teorias essenciais para as duas áreas, a fim de pensar acerca dos sentidos produzidos nesse meio em que a organização e as características do texto exibido diferem das dos textos produzidos nesse meio. Dito de outra maneira, a produção do texto televisivo depende de pautas, roteiros, edições, cortes. Há, portanto, uma complexa relação de sentidos inter-relacionados tanto no processo de produção dos programas, quanto no seu processo de recepção.

Neste trabalho, pretende-se focar apenas a análise do produto como um texto para ser lido. Como os processos de produção e de consumo dos textos não são indissociáveis, a partir da produção, projeta-se o consumo de tais textos de modo que ler implica interpretar aspectos da produção. Essa análise deve ser aqui entendida como uma “leitura”, ou seja, uma interpretação construída a partir do olhar da pesquisadora/telespectadora relativa a um dos programas selecionados para a investigação.

2 Contextualização

A importância de se desenvolver este estudo sobre programas televisivos está relacionada à sua constante presença nas grades de programação das emissoras que, desde a origem da TV, mais marcadamente, na década de 80, com o TV Mulher (Rede Globo) e, recentemente, a partir da década de 90, com a proliferação dos mesmos, vêm ganhando espaço e horários tanto nas manhãs como nas tardes das redes de canal aberto e também por assinatura.,

Embora os índices de audiência sejam baixos, em relação a outros programas de entretenimento ou exibidos no horário nobre, outros elementos, como a publicidade e a

² Brasil em Síntese (IBGE), 2004-2005. Disponível em:

presença de produtos similares em diferentes emissoras, fazem com que eles ainda tenham um lugar garantido.

Destaco que a importância desta análise está relacionada com o diálogo que se pretende estabelecer entre as diversas áreas do conhecimento e sua extensão, para a posterior promoção de atividades teórico-práticas, envolvendo principalmente a leitura, a discussão e a análise sobre a organização dos programas femininos televisivos e as estratégias da linguagem verbal e não-verbal ali apresentadas.

Para essa discussão, ressaltam-se alguns aspectos que contribuem para estabelecer a relação entre as linguagens e esse formato: sua constituição, sua inserção na grade de programação, seu papel na emissora, suas relações com outros programas de redes distintas, seu papel na construção de identidade e representações e suas características como exemplares de um determinado gênero discursivo. Sendo assim, o trabalho com tais textos envolve também o trabalho com o discurso televisivo e mais ainda com a relação entre as linguagens visual, sonora e verbal, pois contribuem para ampliar a discussão sobre as estratégias que congregam as linguagens verbal e não-verbal nessa mídia.

Talvez, essa seja uma maneira de contribuir para que os produtos midiáticos sejam desnaturalizados (segundo os pressupostos da ACD) e possam ser percebidos como produtos que espelham e absorvem aspectos das culturas popular e nacional, local e global e, desse modo, sejam percebidos como textos que necessitam ser lidos criticamente como uma das possibilidades de atender às necessidades de se conhecer e dominar o trabalho com os meios eletrônicos, seus produtos e as linguagens diversas que neles se encontram (completam, interpenetram ou somam).

Diante desse posicionamento, a proximidade, aqui, a noção de que identidade é a construção que se narra (seja ela de um formato televisivo, de grupos sociais ou de um sujeito) (CASTRO, 2006, p. 5). A identidade, pois, de um programa televisivo está vinculada tanto às características circunscritas ao programa (p. ex.: gênero, estrutura, cenário, formatos, atores sociais, equipe, temática), quanto às exteriores a ele (p. ex.: filosofia da rede, grade de programação, demandas do público e do mercado, as práticas socioculturais – local e global). De outro modo, a formação de identidades de grupos sociais ou de sujeitos pode estar vinculada à idéia de que a identidade é um conjunto de representações construído em situações específicas, um “sistema de representação cultural”, um “modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos” (HALL, 1999, p.49-50).

As identidades estão sendo confrontadas com a variedade de repertórios culturais que penetram o local e a TV, que é responsável pela veiculação de uma cultura híbrida em essência (SILVERSTONE, 1994) e se impõe tanto na reconfiguração do local quanto na disseminação de novos referentes culturais (o global, inclusive). Assim, a TV influencia a construção das identidades e é influenciada pelas diferentes práticas sociais.

Nessa relação de dupla via, leva-se em consideração a mútua influência entre os meios de comunicação e os movimentos da sociedade, tendo em vista tanto a construção de seus produtos quanto a importância que eles assumem na organização da mesma, na formação de seu gosto, de sua identidade, de seu imaginário e na construção das suas relações.

Por isso, procura-se, neste artigo, enfatizar a leitura e a análise dos textos televisivos (Mais Você e Bem Família) apresentando os critérios que refletem sua natureza

híbrida e a colonização desse discurso pelo discurso de ordem econômica ou de mercado.

Se os dados apontam para a supremacia da presença da TV nos lares brasileiros e a maior parte da população brasileira se situa entre pessoas que têm baixo grau de escolaridade e baixa renda, então, deve-se questionar: no Brasil, se fazem programas para quem e para quê? Como tais programas podem ser vistos, lidos e consequentemente criticados, se, mesmo havendo uma cultura centrada no audiovisual, que exigiu uma reorganização do mundo das linguagens e das escritas, a ‘escola’ ainda insiste em ignorar “a transformação do modo de ler”? (MARTIN-BARBERO; REY, 2001, p. 58).

3 Os fundamentos para a discussão

A oferta de uma variabilidade de textos em meios diversos, a atualização dos mesmos, com a influência de um meio sobre outro e a própria migração de gêneros e formatos um meio para outro, expõem os indivíduos a uma variedade de ‘modos de ler e interpretar’ o mundo através dos mais diferentes produtos que a mídia oferta. Essa proliferação exige que se intensifique o desenvolvimento de estudos que tenham como objeto outros textos que circulam na sociedade e ocupam tempo significativo no cotidiano das pessoas, também revela a importância de a sociedade voltar seu olhar para os produtos que a tecnologia oportuniza, inclusive para a televisão e seus textos-programas.

Em pesquisa anterior (PINHEIRO, 2004), já havia sido discutida a questão da hibridação dos gêneros e das linguagens e a relação entre as linguagens nos programas femininos de TV. Em um trabalho anterior a esse, faz-se a análise de revistas impressa para adolescentes (PINHEIRO, 1997), buscando ampliar essa discussão e, a partir da constatação da necessidade de se trabalhar com leitura crítica da TV.

Ler criticamente a TV, significa avançar nos caminhos da leitura, procurando associar os estudos que envolvem as linguagens, para que se possa investigar e discutir mais especificamente alguns aspectos relativos às estratégias discursivas de representação de gênero, visto que a audiência preferencial dos programas em análise são mulheres.

De modo mais amplo, isso significa deslocar o olhar acostumado com os textos que a TV oferta para um ponto em que se possa aproximar mais o texto televisivo das práticas de sala de aula, para que ele seja melhor compreendido, utilizado e valorizado na esfera do cotidiano de aprendizagem.

3.1 O enfoque sobre a(s) linguagem(ns), o texto e a produção de sentido

Os estudos sobre a linguagem, na ACD, constroem seus fundamentos sobre as bases da gramática sistêmico-funcional de Halliday (ver, p. ex., 1985) que descreve a linguagem como uma rede de escolhas socialmente condicionadas que acarretam outras escolhas. Nesse sentido, a linguagem, como uma cadeia sistêmica, se constitui em uma estrutura organizada em função de escolhas já feitas e de uma série de outras possibilidades em que uma está para ser escolhida.

A gramática funcional está ancorada em três aspectos de interpretação: texto, sistema e elementos da estrutura lingüística. A gramática é funcional porque considera a linguagem como meio de realizações de significado em um contexto, ou seja, a linguagem exerce uma

função em determinado contexto de situação. Ela é funcional na medida em que procura explicar cada elemento da língua em relação a sua função no sistema lingüístico global. Trata das configurações de todas as unidades de uma língua (orações, expressões) como configurações orgânicas de funções, ou seja, cada parte é interpretada em relação ao todo (HALLIDAY, 1985).

Sintetizando, a gramática é funcional em dois sentidos, um que está fundamentado na premissa de que a forma da linguagem corresponde às funções da linguagem em uso e outro que se baseia na concepção de que a linguagem que exerce diferentes funções, tem diferentes empregos (FOWLER, 1996, p.3).

A linguagem, na perspectiva dessa teoria lingüística, é vista sob uma perspectiva sicossemiótica, ou seja, um processo social que relaciona linguagem e estruturas sociais; um sistema semiótico entre os vários sistemas de significação possíveis constituidores da cultura humana. Assim, a linguagem pode ser interpretada como parte de processos sociais e, por ser socialmente determinada, varia em função do contexto de situação.

Entre as funções da Linguagem (campo, teor e modo), enfatiza-se o papel do modo (*mode*) que se refere ao papel que a linguagem está desempenhando no contexto. O papel da linguagem (constitutiva ou auxiliar) pode ser expresso por características tais como: se o processo é mais ou menos compartilhado (dialógico, mais ativo, monológico, mais passivo); se o canal usado para a produção do texto é gráfico ou fônico e se o meio pelo qual o texto é produzido é falado ou escrito.

Os elementos campo (*field*), teor (*tenor*) e modo (*mode*), quando considerados parte de um mesmo processo, definem o contexto de situação de um texto. Segundo Halliday e Hasan, (1985, p.12), esses três elementos servem para interpretar o contexto social de um texto, o meio no qual os sentidos são partilhados.

Ao abordar o modo como elemento importante na discussão sobre as relações entre as linguagens verbal e não-verbal no texto televisivo, dirige-se o foco para uma das três funções da linguagem propostas por Halliday. No entanto, saliento que, não se deixa de atentar para o fato de que o campo e o teor se conjugam na constituição do sentido. É no contexto da TV e na conjunção das várias linguagens, que se questiona a supremacia da imagem, da linguagem visual, uma das especificidades dessa mídia: a imagem não implica ou dá garantias de autonomia de sentido à linguagem visual. A linguagem visual na TV é definida como o conjunto de todas as formas de expressão que se organizam a partir das imagens como vinhetas, grafismos, edições, planos e seqüências.

Nessa perspectiva, pode-se afirmar que o ato de produzir sentido, a abrangência e a eficácia dos sentidos, em televisão, parecem estar vinculados à conjugação das linguagens sonora, verbal e visual. Aliás, é a linguagem visual que perpassa a maioria dos gêneros na televisão, mas nem por isso ela exclui outras linguagens ou a elas se sobrepõe. Em vista dessa relação observa-se, seguindo Bourdieu (1997, p. 26), que “o mundo das imagens é dominado pelas palavras.” A respeito dessa afirmação, Bourdieu (1997, p.26) argumenta que “a foto não é nada sem a legenda que diz o que é preciso ler”. Na perspectiva do autor, as palavras mais do que servirem de suporte à imagem, orientam a leitura do texto visual.

Mesmo sendo uma afirmação categórica, vale refletir sobre a importância e a inter-relação das linguagens na mídia, especialmente na TV. O que se observa é que, em muitas

situações a linguagem visual pode não ser suficiente para que se percebam os sentidos na sua totalidade.

A cada situação, nos diferentes meios e contextos, os textos visuais determinam o modo como se tornam mais eficazes, impondo sua supremacia sobre as outras linguagens e a necessidade de associar-se às outras (sonora e verbal) tendo em vista uma maior eficácia na leitura e na produção de sentidos.

Ampliando-se tal discussão para a televisão, poder-se-ia alegar que em alguns gêneros da TV a imagem também pode não ser nada sem o som, sem a palavra. Então, nessa relação, esse veículo, que tem a imagem como seu centro definidor e que se diferencia do rádio e da mídia impressa pela produção e transmissão de imagens, só pode mostrar seu pleno potencial quando associa a linguagem visual às linguagens sonora e verbal.

A palavra, portanto, passa a ter um valor considerável na produção de sentido, ambigüização e desambigüização do texto televisivo. Nos programas femininos, por exemplo, os sons, a palavra são definidores de um modo de produção relativos ao modo de consumo de tais textos. Da mesma forma, pode-se evidenciar que a trilha sonora é fundamental como um todo para a obtenção de efeitos de sentido. Em vista disso, o que parece contraditório é apenas uma forma de organizar e orientar as produções. Conforme Bourdieu (1997), a televisão opera em torno de paradoxos podendo, então, ocultar ou mostrar e/ou fundar seus produtos na palavra e não na imagem. Na mesma linha, Coutinho (2003, p.80) afirma que “é na tensão de esconder e revelar que as linguagens audiovisuais se concretizam.”

O que se pode inferir é que, para produzir sentido em textos televisivos é importante observar tanto o que está expresso, através das imagens, das palavras e dos sons, quanto o que é suprimido, pelos cortes, implícitos e silêncios, enfim, pelas edições. É na edição de imagens e de sons que se concentra o fluxo organizador da linguagem e do texto televisual.

3.2 A função dos gêneros na leitura do texto televisivo

Em função disso, é produtivo iniciar esse percurso com a afirmação de Castro (2003) sobre a função (geral) dos gêneros. Para a autora, “os gêneros têm a função de situar a audiência em relação aos diferentes programas, permitindo sua classificação em modelos, em formatos reconhecíveis”. Tal identificação ocorre a partir das pautas de atuação de cada formato³. Situar a audiência parece permitir que se faça uma relação entre a noção de contrato de leitura⁴ (Verón, 1980, p. 49).

Embora saiba que ao aproximar esses conceitos eu esteja aproximando perspectivas de natureza distinta, vale pensar que essa relação auxilia a interpretar a conexão existente entre os processos de produção e de consumo dos textos televisivos, considerando que é importante para o reconhecimento dos gêneros essa perspectiva de que o horizonte de expectativas já está

³ Estrutura, às vezes com indicações de roteiro, dos programas de rádio e TV. Dicionário de Mídia.

http://comercial.redeglobocom.br/dicionario_midia/descricao_verbete.php?letra=f.

Machado aproxima a noção de formatos à de subgêneros, aspecto que parece bastante relevante para se entender essa hierarquia, esse desdobramento que se faz ao relacionar gêneros e formatos.

⁴ Forma através da qual os emissores interpelam aos seus públicos como sujeitos do seu discurso. (Verón, 1985)

⁵ Os gêneros orientam produtores e receptores e “funcionam como horizontes de expectativas para os leitores e como modelos de escritura para os autores” (PINHEIRO, 2002, p.265)

dado. Isto é, ao escolher um programa, o telespectador já tem idéia de sua composição, de sua organização, de seu conteúdo, embora possa se deparar com inovações ou quadros desconhecidos.

Tais ‘inovações’, em geral, não se referem a um conteúdo totalmente novo, mas à reciclagem, recuperação e renovação do já produzido. Ao destacar tal aspecto, valida-se a perspectiva bakhtiniana de que um gênero de hoje não é, necessariamente, o mesmo de antes, porque sobre sua configuração genérica incidem as categorias espaço/tempo que, de certa maneira, determinam as transformações de uma cultura e de uma sociedade.

Na mesma relação, embora em diferentes lugares na esfera teórica, pode-se aproximar Martín-Barbero (2001) e Bakhtin (1992). Para Martín-Barbero “o gênero é a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa (pelo menos no nível da ficção, mas não apenas) e a demanda do mercado por parte do público (e do meio) aos produtores se faz ao nível do gênero. [...] é através do gênero que se alcança o sentido latente dos textos dos massmedia.” Na origem das discussões sobre gênero, está Bakhtin, que os define como fenômenos de pluralidade e não como algo forjado por classificações. A amplitude da visão dinâmica e plural que organiza e estrutura os textos e os enunciados, na concepção bakhtiniana, permite que se adote uma concepção de gênero vinculada às formas relativamente estáveis: formas do querer- dizer do produtor que se realizam, acima de tudo, na escolha de um gênero. Essa escolha é determinada por uma esfera de comunicação, pela necessidade de uma temática e pelo conjunto dos parceiros da comunicação, constituído por produtores e receptores. Em vista disso, Bakhtin afirma que só se pode produzir e interpretar enunciados quando se sabe a qual gênero relacioná-los, isto é, aprende-se a moldar os textos às formas genéricas conhecidas. Assim, pode-se afirmar que a eficácia da leitura e da interpretação dos programas femininos está intimamente ligada ao reconhecimento de estabilidades características do gênero (na TV, bem como em outros meios).

Associando a esses preceitos os de prática social tal como preconiza Martín-Barbero (1997), no campo da comunicação, aproximam-se aspectos relativos à teoria social do discurso, aos estudos culturais e aos da teoria social da mídia entre outros. Para Martín-Barbero (1997), as práticas são “lugares de mediação”, pois é nesse espaço que se encontram produtores e telespectadores/leitores para fazer o sentido do texto.

4 Para finalizar: um modo de ler e interpretar um fragmento de programa televisivo

A TV aberta, conforme já expresso, dispõe em sua grade de programação, os programas femininos que, por motivos vários, circulam no cotidiano.

Considerando a relevância de se focalizar a leitura de textos televisivos como um dos textos que a escola/universidade deve discutir, destacam-se os quadros de variedades (que se revelam com freqüência em quadros de prestação de serviço e/ou divulgação de serviços) como um dos textos a ser descontruído, pois entre o que é dito, veiculado, apresentado ou mostrado e o que está implicitado, há um ocultamento sobre aspectos de relações econômicas e/ou promoção, que podem permear os objetivos que ultrapassam os limites do relato de experiência, de denúncia ou de caminhos da recuperação. Seria uma leitura equivalente ao mergulho no oceano para descobrir o todo do iceberg, para “entender” e descobrir o que há abaixo da superfície da água.

Nessa desconstrução, focalizam-se quadros de variedades de dias consecutivos, sobre o mesmo assunto, a violência. Para essa análise, destacam-se dois aspectos: a relação entre o texto sonoro (o que se diz) e o texto visual (o que se mostra) em relação aos objetivos expressos pelos próprios textos postados na página do programa.

Uma leitura

Programa: Mais Você (ver texto e vídeos dos dias [09.04.2007](#) e [10.04.2007](#))

Situação1: [Vítimas de violência](#) (09.04.2007)

A modelo Bia Furtado, que teve 35% do corpo queimado em um atentado sofrido por um ônibus no Rio de Janeiro, esteve no Mais Você para contar como foram os momentos de desespero e como está se recuperando.⁶

Em Dezembro de 2006, o ônibus que ia do Espírito Santo para São Paulo foi queimado por assaltantes quando passava pelo Rio de Janeiro. O atentado resultou em 8 mortos e 4 feridos em estado grave. Um dos feridos foi a modelo Bia Furtado, que teve 35% do seu corpo queimado e esteve segunda-feira (09/04) no programa Mais Você.⁷

Participantes do programa do dia 09.04.07: Apresentadora, Vítimas da violência (modelo Bia Furtado – uma celebridade) e o noivo da modelo (Roberto).

Objetivo: entrevistar a modelo para contar sobre os momentos do acidente e sua recuperação.

Situação 2: [Direitos das Vítimas](#) (10.04.2007)

Outras vítimas foram a jovem Flávia Aranha Neto, de 15 anos, que teve comprometimento de vias respiratórias, e Maria da Penha Sales Moraes, de 47 anos, que teve queimaduras em 35% das costas. Ambas vieram ao programa contar como está o caso.⁸

Participantes do programa do dia 10.04.07: Apresentadora, Flávia Aranha Neto, Maria da Penha Sales Moraes (passageiras do ônibus), Advogado especializado sobre o direito do consumidor (José Eduardo Tavolieri de Oliveira) e Viação Itapemirim (nota oficial lida por Ana Maria Braga no programa),

Objetivo: entrevistar duas das vítimas pra que elas contem como está sendo tratado o caso (relativo a direito do consumidor).

A partir dos objetivos expressos tanto na página como os reforçados pela fala da apresentadora (Ana Maria Braga), considerando, então, o papel da(s) linguagem(ns) (modo) nesses textos-programas e a noção de contrato de leitura (VERÓN, 1985), procura-se eliciar um dos possíveis modos de ler/interpretar o que se vê (visual) e o que se ouve (sonoro). Observando, então, a negociação que permeia a relação produção, produto, telespectador e os papéis constitutivo e auxiliar da linguagem, pode-se perceber que a denúncia com relação ao descaso da empresa é um dos propósitos da matéria, outro, mais evidente na primeira entrevista, é o de angariar fundos e divulgar a necessidade de ajuda financeira para que a

⁶ Disponível em: <http://maisvoce.globo.com/variedades.jsp?id=11052>

⁷ Disponível em: <http://maisvoce.globo.com/variedades.jsp?id=11057>.

⁸ Disponível em: <http://maisvoce.globo.com/variedades.jsp?id=11057>.

modelo faça as cirurgias e os tratamentos necessários para sua recuperação. No outro programa, fica evidente a denúncia sobre o descaso da empresa e as dificuldades de as vítimas manterem seus tratamentos, salientando muito mais a (ir)responsabilidade da empresa com seus consumidores.

O que se verifica é que tanto na reportagem (pré-gravada) e na entrevista ao vivo, a produção do programa, ao evitar a revelação das seqüelas no corpo da modelo está optando por orientar a leitura sob um determinado ponto de vista: o da estética, o da valorização do belo. Isso pode ser interpretado porque há uma evidente estratégia de escolhas de aspectos da linguagem visual (não-verbal) que favorecem o apelo estético: a seleção de ângulos, a edição, a narrativa que conta com a composição de imagens da modelo com outras imagens (fotos, desenhos), bem como a focalização no problema financeiro enfrentado pela modelo para recuperar-se e retomar sua profissão, revelado pela fala da apresentadora, da modelo e de seu noivo. Há também a seleção lexical, o tom e os sons que constituem a linguagem sonora que evidenciam o modo de dizer e remetem a um modo de ler. Essa seleção é também um modo de orientar a leitura e provocar efeitos de sentido.

Já na outra entrevista, tanto a narrativa pré-gravada quanto a entrevista ao vivo, evidenciam muito mais os ferimentos e o uso de roupas apropriadas para a recuperação, visto que ao focalizar uma das vítimas, a imagem fecha na roupa especial que precisa ser usada para a sua recuperação, nas lesões dos pés e pernas da entrevistada, mostradas no texto pré-gravado.

Assim, para um formato que já está consolidado, o quadro variedades dos programas femininos é tão híbrido quanto o próprio programa, pois ao juntar a prestação de serviço, a denúncia, a entrevista, a promoção e por que não a publicidade revela-se um mix, uma pluralidade (Bakhtin) de gêneros, formatos e textos que se imbricam para formar um todo. Diante disso, entre o belo e o comum, entre a celebridade e as passageiras, pode-se perceber que há uma sutil (ou nem tanto) diferença entre o que se diz e o como se diz para denunciar, congregar adeptos, esclarecer e contribuir em diferentes causas coletivas e/ou individuais. O discurso, que aparentemente promete ser (quase) igual, revela muito mais sobre as relações, a promoção e os objetivos econômicos, mercadológicos.

Dessa forma, como já é consenso, ao mergulhar no texto televisivo (o oceano), encontra-se muito mais do que está na sua superfície (a ponta do iceberg).

Referências

- BAKHTIN, M.. *Estética da Criação verbal*. São Paulo, Martins Fontes [1979]. 1992.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CASTRO, C. *Por que os reality shows conquistam as audiências?* São Paulo: Paulus, 2006.
- COUTINHO, L. M. *O estúdio de televisão e a educação da memória*. Brasília: Plano, 2003.
- FOWLER, R. On critical linguistic. In: CALDAS-COULTHARD, C. R. & COULTHARD, M. *Text and practices*. London: Routledge, 1996.

HALL, S. *Identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HALLIDAY, M. A. K. *Introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold, 1985.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. *O exercício do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac/São Paulo, 2001.

PINHEIRO, N.F. A Noção de Gênero para análise de textos midiáticos. In: MEURER, MOTTA-ROTH (orgs.). *Gêneros Textuais*. Florianópolis: EDUSC, 2002

_____. A marquetização no discurso dos magazines femininos televisuais. *Tese de Doutorado*. Unisinos, São Leopoldo/RS, 2004. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/pinheiro-najara-marquetizacao-no-discurso.pdf>.

_____. A produção de sentido no discurso fragmentado: coesão e fragmentação nos textos da mídia para adolescentes. *Dissertação de Mestrado*. UFSM, Santa Maria/RS, 1997. Disponível em: <http://coralx.ufsm.br/desireemroth/dissertacoes/najara.pdf>.

SILVERSTONE, R. *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires 1994.

TODOROV, T. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

VERÓN, E.. L'analyse du contrat de lecture: une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse. In: *Les médias: expériences, recherches actuelles, applications*. Paris, IREP, 1985.