

# Manipulação e discurso da informação

Deodoro José Moreira

*Discurso das Mídias*, de Patrick Charaudeau.  
Tradução de Ana M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006; 285 pp.



**Resumo:** *Discurso das mídias*, de Patrick Charaudeau, busca discutir aspectos das mídias que englobam, entre outros, as variadas nuances existentes entre acontecimento e notícia, os gêneros e as estratégias de encenação no discurso da informação. Traça ainda um paralelo entre a responsabilidade das mídias e a responsabilidade dos cidadãos.

**Palavras-chave:** mídia; informação; discurso; manipulação; acontecimento

**Abstract:** Manipulation and discourse of information – *Discurso das Mídias*, by Patrick Charaudeau, searches to argue important aspects in relation to the medias, that they enclose, among others, varied nuances existing between event and notice, the sorts and the strategies of stage in the speech of the information. Besides tracing parallel it enters the responsibility of the medias and the responsibility of the citizen.

**Key words:** media; information; speech; manipulation; event

Ao iniciar *Discurso das mídias*, Patrick Charaudeau adverte que a obra é uma reedição da versão publicada em 1997. Como ele mesmo afirma, “a releitura com sete anos de intervalo fez com que esse livro, apesar de continuar o mesmo em certos aspectos, se tornasse um outro” (p.11). Essa releitura se dá principalmente com a introdução de novos exemplos e estudos recentes sobre os temas tratados.

Este preâmbulo se faz necessário, uma vez que as questões tratadas por Charaudeau, como notícia, gêneros, acontecimento e espetáculo, entre outras, têm sido debatidas à exaustão nos últimos anos por intelectuais das mais variadas tendências. Neste debate, a obra do professor da Universidade de Paris 13 tem lugar de relevo.

É interessante notar que a discussão que propõe Charaudeau ao longo de todo o livro afunila-se, no último capítulo, em que trata da manipulação das mídias. Há alguns pontos, entretanto, que soam anacrônicos ou românticos, como quando discorre sobre a obrigação de o jornalista ser imparcial. Esta é uma discussão que já está superada e todos sabemos que a imparcialidade não existe, é um dogma que caiu por terra. Só os puristas ainda acreditam nela.

Estruturalmente, *Discursos das Mídias* é dividido em cinco capítulos: o primeiro, O que quer Dizer Informar, discorre sobre a informação como ato e discurso e sobre o posicionamento das mídias em relação a esse discurso. Uma ressalva se faz necessária: Charaudeau discute a informação na televisão, no rádio e na imprensa (escrita), sem mencionar, sequer uma vez, a informação *online*, tão presente hoje em nossa experiência e tão pouco analisada com seriedade e senso crítico.

Para introduzir seu estudo e dar sustentação às discussões, o autor indica o tripé principal de sua obra, afirmando que informação, comunicação e mídias são as palavras de ordem do discurso da modernidade. É importante salientar que a proposta de análise de discurso desenvolvida por Charaudeau procura contemplar as múltiplas dimensões envolvidas em um ato de linguagem, o que fica claro quando afirma que se trata “da linguagem enquanto ato de discurso, que aponta para a maneira pela qual se organiza a circulação da fala numa comunidade social ao produzir sentido” (p.33).

Algumas pontuações mostram como o autor entende as mídias. Não as considera uma instância de poder, apesar de classificá-las como detentoras de uma parte do poder social. Outro ponto a ser destacado diz respeito ao fazer jornalístico. Para ele, o jornalista interpreta fatos, que são a matéria-prima da notícia. Parece uma conclusão óbvia e tal discussão permeia toda a obra de Charaudeau sob diversos aspectos, sendo um deles a verdade. Segundo o autor, “as provas da verdade, ou, melhor dizendo, da veracidade de uma informação são, igualmente, da ordem do imaginário, isto é, baseadas nas representações de um grupo social quanto ao que pode garantir o que é dito” (p.55). Entenda-se que não existe uma verdade única, pois cada veículo tem a sua. Essa postulação fica mais evidente quando pomos lado a lado vários veículos que tratam do mesmo fato, mas com discursos e enfoques diferentes. Segundo Charaudeau, a culpada disso é a concorrência, pois, para se distanciar dos concorrentes, os jornais, por exemplo, necessitam publicar manchetes diferentes, de modo a produzir efeitos diferentes (p.59).

Feita a contextualização de atuação das mídias, o discurso produzido nas circunstâncias em que circula a informação, Charaudeau apresenta, no segundo capítulo, o Contrato de Informação Midiático. Os parceiros da troca

linguajeira estão vinculados a um contrato de comunicação, que prevê, antes de tudo, em que condições será realizada a citada troca. Aqui, Charaudeau volta a discutir informação, mas sob o enfoque de seu nascedouro, o acontecimento.

Há várias definições para “acontecimento”, mas o autor trata o acontecimento como todo e qualquer fenômeno que se produza no mundo, ou ainda, de maneira restritiva, como todo e qualquer fato fora da ordem habitual (p.95). Vale dizer que entende acontecimento como algo que não foi previsto ou programado, e que pode alterar a rotina do dia-a-dia, ou mais claramente ainda: “o que se produz pelo surgimento de um elemento perturbador da ordem estabelecida e que tem, para um dado sujeito, um caráter insólito” (p.101).

Partindo dessa premissa, cabe ao jornalista selecionar os acontecimentos, tratá-los e transmiti-los, não criá-los. Mas essa seleção é regulada pelo potencial de atualidade, de sociabilidade e imprevisibilidade do acontecimento. Se ele não se enquadrar nessas três categorias, não merecerá ser informado ao público. Em decorrência disso, temos o acontecimento midiático.

Acrescente-se que, para o autor, a veiculação desses acontecimentos acontece nos três grandes suportes da mídia, “que são o rádio, a televisão e a imprensa escrita, segundo as características que lhe são próprias” (p.106). Ou seja, como afirmamos no início dessa resenha, não há referência às mídias interativas. Cada um desses suportes possui dispositivos de encenação, necessários para atrair o público. Charaudeau afirma, como vaticínio, que “a instância midiática acha-se, então, ‘condenada’ a procurar emocionar seu público, a mobilizar sua afetividade, a fim de desencadear o interesse e a paixão pela informação que lhe é transmitida” (p.92). Mas para que essa encenação se desdobre dentro do contrato de comunicação midiática é necessário que haja estratégias. É o que se discute no terceiro capítulo.

Dentro dessas estratégias, o aspecto mais interessante abordado é a espetacularização da notícia. Charaudeau o faz sem relacionar o tema ao estudo de Guy Debord em *A sociedade do espetáculo* (1997). Para ele, “fazer da informação um objeto de espetáculo é arriscar-se a ultrapassar as instruções do contrato, a eliminar a finalidade informativa em prol da captação e a cair num discurso de propaganda com fins de autopromoção” (pp.191-2).

Assim, espetacularizar uma informação desemboca num discurso de propaganda que não contribui em nada com o propósito de informar. Esse é para Charaudeau o efeito perverso da máquina midiática (p.199). No entanto, segundo ele, a mídia não é a única responsável por esse processo de espetacularização. O público que se informa é co-responsável, pois o que ele pede, a mídia dá. “Se olharmos para o público que se informa, reconhecemos que ele é co-responsável do processo de espetacularização do mundo que as mídias nos propõem” (p.253).

O quarto capítulo, intitulado Os Gêneros do Discurso de Informação, aborda questões já enfrentadas anteriormente, além de caracterizar, por exemplo, a reportagem como acontecimento relatado, o editorial, como acontecimento comentado, e o debate, como acontecimento provocado, e de apresentar conceituações próprias do jornalismo.

Balanço Crítico, quinta e última parte, tem o mérito de apresentar conclusões corajosas de Charaudeau, além de um estudo sobre o “acontecimento” do 11 de setembro de 2001. No entanto, tal estudo é mais um que se soma aos outros que são publicados constantemente e, inclusive, apresenta conclusões já obtidas por outros intelectuais, como a já conhecida comparação aos filmes-catástrofe de Hollywood.

E as imagens das torres que se incendiam e depois desabam nos dão ao mesmo tempo uma impressão de *déjà vu* (grifo do autor) – nos filmes catástrofes (*Inferno na Torre*, *Armageddon*), nas reportagens mostrando a destruição por implosão de imóveis das vilas operárias –, e também, mais profundamente, uma impressão do já sentido (Charaudeau, 2006:247).

Aí, a questão central, a manipulação das mídias, é tratada de forma, a nosso ver, inconclusiva. De fato, o autor não acredita em uma manipulação proposital por parte das mídias; pensa, antes, que, às vezes, elas são vítimas da manipulação de instâncias superiores. Entende-se perfeitamente esse seu cuidado em não tecer uma crítica ácida em relação às mídias. Ele próprio justifica sua posição ao afirmar que “é preciso reconhecer que, apesar de todos os defeitos que se queira lançar sobre as mídias, elas desempenham um papel importante de informação no funcionamento de nossas democracias” (p.252).

DEODORO JOSÉ MOREIRA é jornalista e doutorando na Pós-graduação em Comunicação e Semiótica na PUC-SP. dmor@terra.com.br