

Teoria Crítica e Análise do Discurso: a mídia como objeto comum¹

Critical Theory and Discourse Analysis: the media as a common object

Thiago Barbosa Soares²

Universidade Federal do Tocantins

Resumo: O objetivo deste artigo em tom de ensaio é trazer para a Teoria Crítica e para Análise do Discurso um ponto de contato que ultrapassa seus pressupostos teóricos, mas que não lhes prescinde. A mídia, em seu sentido mais amplo, foi e continua sendo objeto de investigação preponderante que conecta, do ponto de vista do escopo, as ciências da linguagem e as ciências sociais e, conseqüentemente, por ser assim, palmilhamos seus respectivos terrenos, nas figuras da Teoria Crítica e da Análise do Discurso, para lhes traçar aproximações. Para tanto, observamos alguns dos principais traços epistemológicos que organizam essas duas áreas e lhes empregamos em uma análise de um texto midiático cujo principal valor é discursivizar, em medida microscópica, o funcionamento da sociedade contemporânea. A partir desse procedimento de cotejamento teórico, analítico, e de emprego metodológico esperar-se que uma produtiva união possa se estabelecer para produzir uma atualização mútua e contínua entre Teoria Crítica e Análise do Discurso.

Palavras-chave: Teoria Crítica; Análise do Discurso; mídia.

Abstract: The purpose of this article in ensaistic tone is to bring to Critical Theory and Discourse Analysis a point of contact that goes beyond its theoretical assumptions, but does not ignore them. The media, in its broadest sense, was and continues to be the object of preponderant research that connects, from the point of view of scope, the sciences of language and the social sciences and, consequently, for that reason, we ply their respective lands in the figures Critical Theory, and Discourse Analysis, to draw approximations. To do so, we observe some of the main epistemological traits that organize these two areas and we use them in an analysis of a mediatic text whose main value is to discursivize, in microscopic measure, the operation of contemporary society. From this procedure of theoretical, analytical, and methodological employment, it is hoped that a productive union can be established to produce a continuous and mutual updating between Critical Theory and Discourse Analysis.

Keywords: Critical Theory; Discourse Analysis; media.

Submetido em 22 de novembro de 2018.

Aprovado em 15 de janeiro de 2019.

¹Este artigo deriva de resultados do projeto de pesquisa *Vozes do sucesso: uma análise dos discursos sobre os vícios e virtudes da voz na mídia brasileira contemporânea* (sob o número de registro **2459** na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação da UFT).

²É professor nos cursos de graduação em Letras e de pós-graduação stricto sensu em Letras da Universidade Federal do Tocantins (UFT) no campus de Porto Nacional, TO. Email para contato: thiago.soares@mail.uft.edu.br.

Introdução

Os trabalhos advindos da Escola de Frankfurt são inúmeros, os objetos neles investigados são muitos. O mesmo é possível dizer sobre a Análise do Discurso. Na Teoria Crítica, como é chamada a espinha dorsal das propostas da Escola de Frankfurt, é possível identificar a corrente sociológica do materialismo histórico como a base sobre a qual repousam a visão de homem em sociedade. Gradativamente a psicanálise foi sendo incorporada a essa base através de um conjunto de conceitos freudianos que ainda se mostram contundentes ao explicar muitos comportamentos dos sujeitos. Marx e Freud também enredaram a constituição da Análise do Discurso, porém, essa relação não se deu de uma forma simples e tranquila como aparentemente ocorreu na Teoria Crítica.

Nos idos de 1969, Michel Pêcheux inicia o projeto de análise automática do discurso no qual são tecidos conceitos e apontamentos importantes para o desenvolvimento da Análise do Discurso (doravante AD). Pêcheux em suas críticas à planificação da comunicação e à psicologia social chega a uma concepção de discurso, qual seja, "efeitos de sentido entre os pontos A e B" (PÊCHEUX, 2010, p. 81), que mobiliza, para sua análise, a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise. Em 1944, Adorno e Horkheimer trazem ao público a "Dialética do esclarecimento" visando engrossar as fileiras dos observadores do avanço do capitalismo pós-guerra e seus impactos na formação social. A AD e a Teoria Crítica (TC doravante) se interessam pelas forças integrantes da sociedade e como essas agem reagindo e regendo as estruturas econômicas, culturais e políticas.

Uma visão de sociedade está posta tanto para a AD quanto para TC: a sociedade não é um aglomerado de indivíduos ocupantes de uma determinada porção de terra determinada por uma entidade supra-terrena. A sociedade é uma estrutura sujeita a si mesma cujo principal eixo de seu funcionamento é a troca de informação, ou seja, a comunicação. É precisamente nesse ponto que a AD e a TC se encontram e podem produzir análises significativas para melhor compreensão dos mecanismos de disseminação de informação e, sobretudo, de suas possíveis repercussões nas estruturas de poder social. É nesse lugar como uma mediadora no processo comunicacional que a mídia, então, tomou e toma a frente dos interesses tanto da AD quanto da TC, pois seu impacto na vida dos sujeitos, da cultura, da economia e da política, entre outras esferas

de atuação humana, é ainda relativamente pouco conhecido pelo grande público, já que comumente é tomada como evidente integrante orgânico da sociedade.

1. Estatutos teóricos: aproximações

Marx, Freud são as bases epistemológicas da TC. Saussure, Marx e Freud são os pilares da AD. Como seria possível que projetos de interpretação social tão próximos não tenham sido entrelaçados no interior das ciências sociais e das ciências da linguagem? Ora, parecem existir problemas ou resistências subjacentes a esses aparatos teóricos de reflexão e de análise da sociedade que travam uma batalha subterrânea inaudível acerca de pressupostos considerados atualmente irrelevantes ou de pouca capacidade heurística. Para entendermos melhor as semelhanças entre AD e TC precisamos verificar primeiro as intersecções, Marx e Freud.

Marx e Freud: ambos acreditam que grande parte do que o homem pensa conscientemente é determinada por forças que operam à sua revelia, ou seja, sem o conhecimento do homem; que o homem explica suas ações para si mesmo como sendo racionais ou morais, e que essas racionalizações (falsa consciência, ideologia) lhe satisfazem subjetivamente. Mas sendo impulsionado por forças que lhe são desconhecidas, o homem não está livre. Só pode atingir a liberdade (e a saúde) adquirindo consciência dessas forças motivadoras, ou seja, da realidade, quando então poderá ser dono de sua vida (dentro das limitações da realidade), ao invés de ser escravo de forças cegas. A diferença fundamental entre Marx e Freud está no respectivo conceito da natureza dessas forças que determinam o homem. Para Freud, elas são essencialmente fisiológicas (libido) ou biológicas (instinto de morte e instinto de vida). Para Marx, são forças históricas que atravessam uma evolução no processo do desenvolvimento socioeconômico do homem. Para Marx, a consciência do homem é determinada pelo seu ser, este pela sua prática da vida, esta pelo modo de produção das coisas essenciais à vida, ou seja, pelo seu modo de produção e pela estrutura, modo de distribuição e consumo dela resultantes (FROMM, 1963, p. 107-108).

Tanto a AD quanto a TC percebem uma complementaridade na relação possível de se fazer entre Freud e Marx, porém, não é uma operação rápida nem simples de junção do inconsciente psicanalítico ao materialismo histórico. No próprio trecho acima de Erich Fromm, há duas inconsistências: a descrição do inconsciente em Marx e em Freud como sendo o mesmo, mas com forças distintas; e a descrição da primeira tópica do inconsciente. Alguém não ter consciência do processo histórico de produção das condições de vida, em absoluto, quer dizer que está inconsciente. Do ponto de vista psicanalítico, o inconsciente é parte do aparelho psíquico que se traduz "em um saber que não se sabe". Em sua revisão do funcionamento do inconsciente, Freud desenvolve sua segunda tópica de acordo com a qual o id, superego e ego são as regiões

sistemáticas de ação do inconsciente. Assim, a psicanálise deixa de ser tão fisiológica e passa a ser mais psicológica, contudo, as estruturas id, superego e ego são forjadas a partir do conjunto de experiências dos sujeitos, de modo que o materialismo histórico, em escala micro, possa aí ser percebido.

As estruturas sociais e as estruturas psíquicas estão intimamente relacionadas, ensejando um exame dos componentes da coletividade e seus efeitos na conformação do inconsciente dos sujeitos. Com essas contribuições, entre outras, a TC tem seus fundamentos sistematizados. Todavia, o que é tão bem organizado como cosmovisão ainda pode ganhar um especial acréscimo: uma teoria da língua. Ora, o uso da língua está na base do processo comunicacional e, conseqüentemente, é o principal componente interpretativo do mundo e de suas estruturas. Portanto, para se estudar o funcionamento dos sujeitos em sociedade é necessário compreender o que os liga, os aproxima e os distancia no interior das trocas proporcionadas pelo emprego da língua(gem).

1. 2. Língua, linguística e discurso

Ferdinand de Saussure no "Curso de linguística geral" ao expor o objeto da linguística, cria o conceito de signo linguístico. Depois de já ter separado língua de linguagem, ele diz que aquela é um "sistema de signos arbitrários" (1972, p. 87). "Chamamos *signo* a combinação do conceito e da imagem acústica" (ibid. p. 81). A imagem acústica é o significante enquanto o conceito é o significado, sendo ambos intimamente unidos. Tanto um quanto outro são entidades psíquicas não se confundindo com o som físico. "O signo linguístico é arbitrário", afirma Saussure, porquanto não há laço natural entre o significado e o significante, de maneira a ser o significante *imotivado*. Não há motivo para que "cão" se chame "cão". Aqui se tem um conceito fundamental no pensamento saussuriano, valor. "A língua não pode ser senão um sistema de valores puros" (ibid. p. 130).

Temos, então, que a língua é formada por unidades abstratas e convencionais. Além disso, mais uma importante distinção feita por Saussure é a entre língua e fala. A língua é uma instituição social, em sentido durkheimiano, totalizante e virtual; a fala, ao contrário, é a realização da língua pelo sujeito falante, sendo, portanto, circunstancial e variável. Nesse sentido, a fala depende do indivíduo, e, não sendo sistemática como Saussure pretendia para os objetos a se estudar no campo da linguística, fica excluída.

Implementado, assim, o objeto da linguística, a língua, as compartimentalização que em boa medida já existiam, passam a incorporar os estudos da língua. Fonética e fonologia, morfologia, sintaxe e semântica constituem, a partir de uma série de "dualidades", o núcleo duro da linguística. Cada um desses níveis da língua contempla seu anterior, em tese. Todavia, quando se trata das significações as coisas mudam de figura e precisam sempre ser remetidas ao extralinguístico, como afirma Pêcheux (2012a, p. 124-125),

O caso é completamente diferente para a semântica. Com efeito, o laço que liga as "significações de um texto as suas condições sócio- históricas não é, de forma alguma, secundário, mas constitutivo das próprias significações: como se observou com toda a propriedade, falar é totalmente diferente do que produzir um exemplo da gramática.

Desse modo, já não é mais possível observar, investigar e estudar as significações fora de um ambiente social de produção; em outros termos, os níveis fonético/fonológico, morfológico e sintático poderiam ser compreendidos apenas no sistema de supostas dualidades da língua, em contrapartida, o nível semântico, considerado por muito tempo um problema ou, pelo menos, um problematizador na investigação linguística, precisa, como sempre necessitou, do componente extralinguístico para ser entendido. O que até então era considerado um coroaamento ou desiderato dos outros níveis da língua agora passa à condição de porta para o discurso.

Ora, o significado de um texto não é necessariamente pertencente à estrutura da língua, tampouco decorre de um subjetivismo que lhe imprime sentido ao sabor das vontades individuais. Em uma analogia ao destacamento feito por Saussure, o significado não está exclusivamente na fala nem exclusivamente na língua, encontra-se, portanto, na mediação entre ambas, isto é, no discurso. Esse não é uma instância da língua, mas por ela pode ser engendrado. O discurso é um ser sem deixar de ser, um estar em contínuo fluxo. Pêcheux o definiu, então, como "efeitos de sentido entre os pontos A e B" (PÊCHEUX, 2010, p. 81), como vimos antes. Tal concepção pode ser vinculada a uma outra ainda mais pontual:

Assim concebido, o discurso deixa de ser o que é para a atitude exegética: tesouro inesgotável de onde se podem tirar sempre novas riquezas, e a cada vez imprevisível; providência que sempre falou antecipadamente e que faz com que se ouça, quando se sabe escutar, oráculos retrospectivos; ele aparece como um bem – finito, limitado, desejável, útil – que tem suas regras de aparecimento e também suas condições de apropriação e de utilização; um bem que coloca, por conseguinte, desde sua existência (e não simplesmente em suas "aplicações práticas"), a questão

do poder; um bem que é, por natureza, o objeto de uma luta, e de uma luta política (FOUCAULT, 2013, p. 147-148).

Muito pode ser dito sobre o discurso, mas, antes de qualquer coisa, é fundamental compreendermos que o discurso é a própria sociedade funcionando manifestadamente através dos jogos de sentidos. Nem Foucault, nem Pêcheux tece o discurso como exclusividade derivada do uso social da língua, mas é preciso termos claro no horizonte que é por meio do uso língua que os sentidos são disseminados com maior intensidade nas sociedades mais industrializadas, sobretudo, é crucial termos em vista que a língua, para além de seus usos mais comuns, é o maior interpretante dos sentidos. Sem a língua não teríamos condições de interpretar o que quer que fosse. Por isso, o discurso e suas forças antagônicas são analisados por meio da língua. A AD surge com esse papel e desenvolve uma série de conceitos que nos permitem constatar os mecanismos de profusão de sentidos na sociedade. Em grande medida, a TC também emerge como uma escola cujo objetivo era/é interpretar as relações de poder no seio social e como essas estão engendradas tacitamente nas/pelas lutas de classes.

2. A mídia: um objeto comum

"As mídias nos manipulam? Eis uma questão que ocupa um lugar central em muitas conversas, discussões ou análises" (cf. CHARAUDEAU, 2015, p. 251). Porém, se bem refletida, sobretudo, a partir das bases fornecidas pela Escola de Frankfurt, a interrogação e suas respostas, sim ou não, mostrar-se-ão pouco férteis para se compreender os atuais fenômenos sociais. Por ter isso em vista, nos encaminhamos para uma certeza acerca da influência na expressão discursiva da mídia em seus mais variados difusores. É sobre essa que recai uma indagação crucial: como a mídia exerce tanta influência na sociedade? Evidentemente é um questionamento de alta complexidade e de interesse para o conjunto das ciências humanas, de modo que a investigação que empreendemos vai ao encontro de um de seus objetivos, a saber, compreender e tecer interpretações críticas a respeito de um objeto que julgamos comum tanto à AD quanto à TC, a mídia.

Posto isso, uma vertente mais materialista da sociologia brasileira quando observa a relação da opinião pública com a mídia televisiva, afiança:

A manipulação grotesca, por exemplo, da TV brasileira – talvez só comparável à das ditaduras – nem sequer é percebida pelo público. Como sempre foi assim, não existe

padrão de comparação crítica. Nesse contexto, a "opinião pública" tende a equivaler à "opinião que se publica" (SOUZA, 2015, p. 249).

Uma vez que a instituição da mídia tem pouco a pouco modificado a ordem econômica, social e cultural da humanidade, é razoável questionarmos quais as repercussões que a imprensa, o rádio, a televisão e a internet podem ter na organização dos discursos circulantes e na incorporação desses pelos sujeitos. Tais repercussões estão intimamente ligadas à expectativa geral de uma influência determinada pela mídia em seus usuários que se justifica diante de alguns dados, dentre os quais se destacam:

1. o fato de que as organizações da mídia atraem gigantescos investimentos de recursos econômicos;
2. o fato de que a vida política das comunidades esteja integralmente ocupada pela cena midiática;
3. o fato de que os vários discursos midiáticos sejam construídos segundo as regras da publicidade, ou seja, por um tipo de texto intrinsecamente programado para "orientar" (MININNI, 2008, p. 72; aspas do autor).

Portanto, encontramos, como traço textual-discursivo, a intertextualidade publicitária dos diversos textos midiáticos, em seus diversos formatos, orientando a constituição do consenso, ou melhor, do discurso social. "El discurso social es el medio obligado de la comunicación y de la racionalidad histórica, así como también es, para algunos, un instrumento de prestigio social, del mismo nivel que la fortuna y el poder" (ANGENOT, 2012, p. 61)³. Trata-se da fusão da lógica da falta (de informação) com a lógica da necessidade (de entretenimento), gestada pela publicidade no interior do espaço comunicacional midiático constitutivo do discurso social. Isso não quer dizer que a publicidade não mantenha seu lugar no campo da mídia, mas, antes, significa que seus mecanismos discursivos podem ser observados na produção midiática da informação e do entretenimento.

A fusão da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no fato de que só temos acesso a ela em suas reproduções como cinefotografia ou emissão radiofônica (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 118).

Quantos não são os anúncios publicitários contendo informações supostamente relevantes ou mesmo sendo divertidos para atrair o público. Em geral, a publicidade

³Em tradução livre: "O discurso social é o meio obrigatório da comunicação e da racionalidade histórica, assim como também é, para alguns, um instrumento de prestígio social, do mesmo nível que a fortuna e o poder".

exercita sua sedução não tanto em esclarecer os benefícios de um produto ou de um bem de consumo, quanto em criar um mundo no qual o possível consumidor sintasse valorizado e, conseqüentemente, gratificado e, mais ou menos em breve, novamente vazio. Uma estratégia recorrente na esfera publicitária consiste em utilizar um sujeito de visibilidade midiática (ator, cantor, esportista, etc.) como avalista da qualidade de um artigo. A força persuasiva dos testemunhos dados pelos famosos, origina-se, sobretudo, do vínculo especial que une o público aos protagonistas midiáticos (MININNI, 2008). Ora, é com o emprego das personalidades prestigiadas no campo publicitário que surge o ponto de chancela do encontro entre o informar e o entreter. Assim, pode-se admitir que "a propaganda se faz com imagens e palavras, sentimentos, ideias e gestos. É, pois, evidentemente, um negócio de *psicologia*" (cf. PÊCHEUX, 2012b, p. 74; grifo do autor) perversa que faz sistemático uso das relações transferenciais para lhe converter em lucros.

Situações semelhantes aparecem no mundo da propaganda comercial. Os meios de comunicação de massa criam ídolos do público. A imagem que o público fazia da atriz de rádio, Kate Smith, por exemplo, era de que uma mulher que compreendia como nenhuma outra as mulheres americanas; que tinha muita simpatia pelas pessoas simples; que era um tipo de guia espiritual e mentora; que era uma patriota cujos pareceres sobre assuntos públicos deveriam ser levados em consideração (MERTON; LAZARFELD, 2011, p. 142-143).

Desse ponto de vista, refutamos duas considerações de Charaudeau: a) o discurso da propaganda como tipologia relativamente hermética cujo locutor e interlocutor conhecem seus termos (2010); b) a mídia como manipuladora manipulada (2015). O fato de "o discurso propagandista não poder ser taxado de manipulatório, já que as duas instâncias (eu-tu) conhecem os termos do contrato" (cf. CHARAUDEAU, 2010, p. 63), evidencia uma tipologia de discurso fechada que não observa os entrelaçamentos dos gêneros multimodais manuseados pela mídia e, ao mesmo tempo, desconhece a influência dos sujeitos do sucesso midiático (SOARES, 2017) na composição de propagandas forjadas pela informação e pelo entretenimento, ou seja, formatadas pela lógica da necessidade e pela lógica da falta.

Quanto à possibilidade de "que as mídias manipulam de uma maneira que nem sempre é proposital, ao se auto manipularem, e, muitas vezes, são elas próprias vítimas de manipulação de instâncias exteriores" (cf. CHARAUDEAU, 2015, p. 252), acreditamos na boa fé do autor em tentar problematizar a diabólica manipulação imputada à mídia. Ainda sim, julgar a mídia como vítima de seus próprios

procedimentos é, entre outras coisas, dizer que seu objetivo não foi atingido, porém, se ela mesma caiu nas garras da manipulação de outras instâncias, significa que a manipulação funciona e o problema são as outras instâncias que são manipuladas por outras e assim sucessivamente. Aqui nos deparamos com a lógica da *reductio ad infinitum* cujo principal traço é a impropriedade do raciocínio a que subjaz. E, por compreendermos que a mídia influencia nos seus diversos segmentos, a manipulação se constitui no extremo da influência que não deve ser a regra, tampouco parece ser a exceção. No limite, é possível dizer que a mídia "reflete" os jogos de poder da sociedade, conseqüentemente, acaba por ser influenciada, mas não manipulada, como quer Charaudeau.

3. Aproximações práticas: AD e TC

Observadas as semelhanças epistemológicas entre AD e TC e traçada a mídia como objeto comum de análise de ambas, nada mais salutar do que lhes permitir a oportunidade para que se auxiliem no emprego da interpretação de informações disseminadas pela mídia. Para tanto, recortamos a seguinte notícia – um objeto midiático cujo principal valor é discursivizar, em medida microscópica, o funcionamento da sociedade contemporânea – de uma revista considerada progressista no Brasil, Carta Capital.

Para ler Michael Jackson⁴

Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos

Segundo o jornalista Bill Wyman, na revista *The New Yorker*, Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado. “Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro”, escreveu. “Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.” Wyman afirma que o cantor, com sua voz infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal.

Recorte de matéria oriunda do segmento Cultura da revista Carta Capital. Noticiar uma biografia parece estar mais bem alinhado com uma concepção de cultura mais elitista, na qual o livro é o artefato cultural de maior valor simbólico na

⁴Publicado em 07/03/2013.

estruturação da cultura. Se, por um lado, é, em princípio, de leitura que se trata a reportagem acima, por outro, é de uma personalidade de sucesso, o que denuncia, ou pelo menos elucida, o fato de o sucesso atualmente ser considerado integrante da cultura. Por isso, o incentivo dado pelo título da notícia de se *ler Michael Jackson*, porquanto a literatura, que nunca saiu ilesa das tendências da época, é um dos redutos do sucesso produzido pela mídia. *Michael Jackson* é tanto para ser ouvido, quanto para ser lido.

Para ler Michael Jackson se inscreve no interdiscurso da recomendação de leitura por fazer uso da fórmula, em sentido amplo, *para ler...* Michael Jackson não era - um escritor para ser lido metonimicamente por meio de sua obra, mas, sim, um cantor. Ler e ouvir são práticas distintas, do ponto de vista semântico, que, quando figuram como recomendação em uma manchete, selecionam o público leitor. *Para ouvir Michael Jackson* remeteria a uma coletânea de músicas. No entanto, a formulação *Para ler Michael Jackson* não exclui aqueles que ouviam e ouvem suas canções para se centrar em quem lê, ao contrário, chama ouvintes a se tornarem leitores, e, no limite, leitores a se tornarem ouvintes.

Para o discurso midiático, por intermédio do discurso do sucesso (SOARES, 2017), transformar fãs de um vulto do setor musical em consumidores de outro artefato de venda, livros dessa personagem, é excelente negócio, pois há a movimentação de mais um nicho de lucros que, por sua vez, aquece outros tantos. *Para ler Michael Jackson* é sintoma materializado linguisticamente do que afirmou Althusser (1992, p. 94): "A ideologia interpela os indivíduos enquanto sujeitos". A ideologia do sucesso visa interpelar (o já interpelado) o ouvinte de Michael Jackson em um leitor e, como ricochete, tornar não ouvintes em leitores, por conseguinte, estes serem interpelados em consumidores das músicas do cantor. Estratégia discursiva de reaproveitamento massivo dos existentes recursos comercializados somada à captação de mais adeptos ao sucesso do *astro pop*.

Para ler Michael Jackson ganha seus contornos de justificativa (do porque *ler Michael Jackson*) no interior da matéria. O subtítulo *Biografia contestada do astro pop analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos* auxilia no rastreamento das condições de produção e emergência da própria notícia, pois "é impossível analisar um discurso como um texto, isto é, como um sequência linguística fechada sobre si mesma, mas que é necessário referi-lo ao conjunto de discursos

possíveis" (PÊCHEUX, 2010, p. 78; itálicos do autor). Em vista disso, *Biografia contestada do astro pop* remonta não só a *para ler Michael Jackson* como também ao sucesso das celebridades midiáticas, ou seja, ao discurso do sucesso que as encarna. Quem tem uma biografia contestada que analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos sendo recomendada em título de uma revista estrangeira? A resposta é o já-dito que recupera o sujeito do discurso do sucesso, *o astro pop, Michael Jackson*.

Ao seguirmos o fio do discurso tecido no texto, encontramos a caracterização de biografia pela unidade lexical *contestada*, denotando um possível avesso do que se veicula comumente por apenas biografia. Noutras palavras, a biografia em questão trará não apenas os fatos mas também contestará os fatos que foram edificados pela *indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. Esse é, então, mais um mecanismo textual de (re)construção discursiva do sucesso de Michael Jackson, porquanto dirá a "verdade" por contestação, que não deve ser outra coisa senão a heroicização do cantor. Além de ser uma *biografia contestada*, a obra *analisa a origem aberrante da indústria de entretenimento dos Estados Unidos*. O modificador *aberrante* traz ao trecho um traço da formação discursiva que crítica a indústria de entretenimento dos Estados Unidos. Ora, a face perversa da indústria cultural de entretenimento norteamericana já fora escrutinada a fundo por muitos outros, sobretudo pelos membros da Escola de Frankfurt, não sem razão Adorno e Horkheimer dizem a esse respeito:

A fusão atual da cultura e do entretenimento não se realiza apenas como depravação da cultura, mas igualmente como espiritualização forçada da diversão. Ela já está presente no fato de que só temos acesso a ela em suas reproduções, como a cinefotografia ou emissão radiofônica. (...) Quanto mais firmes se tornam as posições da indústria cultural, mais sumariamente ela pode proceder com as necessidades dos consumidores, produzindo-as, dirigindo-as, disciplinando-as e, inclusive suspendendo a diversão: nenhuma barreira se eleva contra o progresso cultural. (...) Divertir significa sempre: não ter que pensar nisso, esquecer o sofrimento até mesmo onde ele é mostrado (p. 118-119).

Adorno e Horkheimer deixam claro o poder da indústria cultural de entretenimento em "coisificar" a vida. Uma biografia de Michael Jackson é integrante inevitável do processo de glorificação de uma celebridade pelo aparato dessa indústria *aberrante*. Tal crítica feita nessa obra sobre o *astro pop* se assemelha à hipotética

indignação do homem com o fogo trazido do Olimpo por Prometeu⁵, depois de tê-lo muito usufruído para fazer tudo que lhe é exequível com o benefício. "Criticar para conquistar" serviria como um rótulo para muitos dos que representam o sucesso e pretendem angariar mais fãs asseverando a desaprovação à mídia ou à *indústria de entretenimentos*.

Como outro recurso de discursivização do sucesso de *Michael Jackson*, a notícia tem estruturas sintáticas cujos modelos são as canônicas formas de discurso indireto e direto, cada qual gerando efeitos de sentidos complementares na retomada e constituição do interdiscurso do qual o intradiscurso extrai sua significação. Então, para se dizer que *Jackson realizou a aspiração de muitos artistas ao cruzar fronteiras de mercado*, evoca-se a figura de um jornalista norteamericano, Bill Wyman, da revista de mesma nacionalidade, empregando aí a forma de discurso indireto. Sobre esse tipo de expressão, Platão e Fiorin (1993) explanam:

O discurso indireto não se interessa pela individualidade do falante revelada no modo como ele diz as coisas. Por isso é a forma preferida nos textos de natureza filosófica, científica, política, etc., quando se expõem as opiniões dos outros com a finalidade de criticá-las, rejeitá-las ou **incorporá-las** (p. 185; grifo nosso).

Diante das demais partes desta reportagem, pode-se afirmar que a opinião do jornalista Bill Wyman foi incorporada ao conjunto de ideais exteriorizados. Todavia, o desempenho do sujeito responsável pelo dito não deixa de ser levado em consideração, pois ele não é qualquer pessoa, é jornalista *na revista The New Yorker*. Portanto, o efeito de "objetividade analítica", tal como entendido por Platão e Fiorin (ibid., p. 184), fica comprometido pela parcialidade impressa no texto. E na busca de criar o efeito de verdade, o discurso direto é mobilizado em: "*Ele conquistou uma popularidade e uma autonomia econômica nunca antes sonhadas por um artista negro*" e "*Em meados dos anos 1980 era o maior astro negro da história ao evitar percepções convencionais de negritude.*" "Ao optar pelo discurso direto, o narrador cria um efeito de verdade, dando a impressão de que preservou a integridade do discurso citado e a autenticidade do que reproduziu" (ibid.).

A reportagem serve-se de tantos mecanismos, ao (re)construir o sucesso do cantor, que não é preciso ler a biografia para se saber que ela o enaltece ainda mais.

⁵O titã em questão é protagonista de inúmeras narrativas mitológicas, dentre elas se encontra a condução do fogo aos homens, e, com isso, lhes industrializando. Cf. *Mitologia grega e romana* de Commelin.

Nessa toada, o discurso indireto é repetido no seguinte fragmento: *Wyman afirma que o cantor, com sua voz infantil, aparência andrógina e pele cada vez mais branca, tornou literal o desejo de uma estética universal*. Aqui múltiplos elementos carecem de exame, como a negritude do cantor, sua voz e o *desejo de uma estética universal*. A começar pela negritude, progressivamente rechaçada por Michael Jackson em sua própria pele, cujo principal sinal é o de materialização do discurso racista de discriminação.

O astro pop desempenhou vivamente o papel de agente do sucesso como uma celebridade com enorme visibilidade, no entanto, foi impelido pelo discurso da discriminação a marcar a ideologia dominante na pele, que de negra passou a praticamente branca. Ora, o discurso do sucesso é o discurso das classes detentoras dos meios de produção da vida social – geradoras fundamentais das desigualdades e discriminações – travestida das significações de glória midiática, de autonomia financeira, de realização pessoal e profissional, tão potente que algemou boa parte do potencial combativo do cantor na luta contra o racismo. Quem poderia ter maior aderência do grande público, de seus fãs e demais setores da sociedade para se opor às práticas de racismo foi justamente quem comprovou que "Toda ideologia interpela os indivíduos concretos enquanto sujeitos concretos, através do funcionamento da categoria de sujeito" (ALTHUSSER, 1992, p. 96).

A ideologia tem suas raízes profundas no inconsciente, agindo, muitas vezes, sorrateiramente na elaboração dos sujeitos "bons" (ibid.), por isso quem não lhe reconhece e lhe é contrário chama-se sujeito "mau" ou subversivo. O sujeito do sucesso não pode ser mau, ao contrário, precisa ser um sujeito bom para ter seus atributos inflamados pela mídia. "A mídia nesse sentido, não é apenas o *instrumento* de imposição legitimada de um padrão, mas também a *arena* das disputas de espaço pela construção de práticas significativas dentro de uma cultura em luta" (MARTINO, 2010, p. 147; grifos do autor). A *pele cada vez mais branca* gesta no interdiscurso os sentidos aos quais todos que não são brancos estão submetidos, o clareamento da pele de um *astro pop* são alguns de seus efeitos.

A mídia conserva a hegemonia ideológica em suas práticas discursivas, de modo a perpetuar o edifício do sucesso e seus atributos, num apelo sutil a um item da sentença do imperador Vespasiano: "pão e **circo** para o povo". Eis, assim, que a voz do cantor surge no tecido textual unida à *aparência andrógina* como marca do sucesso de Michael Jackson. A voz do *astro pop* caracterizada como *infantil*, remete-nos ao início da ópera

na Itália em que os cantores eram castrados em tenra idade para manterem um timbre infantil ou feminino. A esse respeito, o filme *Farinelli, Il Castrato*⁶ demonstra em seu enredo como a fama de um jovem castrado foi se estabelecendo como uma espécie de padrão.

Wajcman (2012), acerca do cantor de ópera castrado, diz: "*Le castrat tient en quelque sorte la position de la voix off, disant la raison du désir qui lie l'homme à la femme. Voix ailleurs, il est la voix du désir, son Autre à la fois présent et ignoré*" (p. 34)⁷. É essa voz infantil, também traço presente na voz feminina, que trouxe a muitos cantores de ópera de séculos passados e a *Michael Jackson* o reconhecimento e a fama. A voz *infantil* como um desejo do outro, desejo no qual é arrolado homem e mulher, tal como alude Wajcman; por ser a voz de fora, isto é, nem a voz do homem, nem a voz da mulher, mas lhes constituindo na origem, é a voz do desejo reprimido. A voz dita infantil realiza o retorno do que já não é mais, o encontro com a falta insistentemente presente no Outro e o encadeamento do retorno à falta.

Portanto, a voz *infantil do astro pop* sustenta e dá vazão a discursos sobre a voz e lhes imprime as peculiaridades do discurso do sucesso midiático assentadas no acabamento mercadológico da voz. É a voz *infantil, aparência andrógina* e a *pele branca* a literalidade do *desejo de uma estética universal*. Desse modo, não só é criado o efeito de exaltação da figura do cantor como também são estabelecidos componentes hegemônicos da estética do sucesso.

A criação de um padrão estético e sua propagação pela mídia é um elemento na construção de hegemonias, identidades e práticas entre os receptores, mais ou menos dispostos a pensar nesses elementos quando de sua apropriação da mensagem dos meios (MARTINO, 2010, p.147).

⁶Na Idade Média, a Igreja havia proibido que mulheres cantassem no coral das igrejas. Para não ficarem sem as necessárias vozes sopranos, os representantes de Deus na Terra encontraram uma solução ungiada: castrar jovens meninos cuja voz tenha sido considerada bela. Assim, nos corais da Santa Igreja não faltariam nunca os sopranos e contraltos (os primeiros são tipos de vozes femininas mais agudas e com maior alcance vocal, os segundos são vozes femininas de tipo mais baixo e pesado em relação aos anteriores). Farinelli, cantor do século XVIII, para preservar sua voz, foi castrado em sua infância. Durante toda sua vida ele se tornou um grande e famoso cantor de ópera, sendo levado à glória máxima, coberto de ouro por príncipes e venerado pelo público. Direção: Gérard Corbiau, 1994. (Cf. fonte desta sinopse modificada e da película <https://www.youtube.com/watch?v=4q7199FlrgU>).

⁷Em tradução livre: "O castrado mantém de algum modo a posição da voz de fora, dizendo que é razão para o desejo de que liga o homem a mulher. Voz é, além disso, a voz do desejo, seu Outro presente e ignorado."

O desejo de uma estética universal é, no fio do discurso, uma pré-construção do próprio sucesso. A capitalização da estética do sucesso dura o tempo da representatividade midiática de seu sujeito, quando essa cessa, outra personalidade assume o lugar – invariavelmente isso ocorrerá, dadas as crescentes demandas preparadas para o consumo – ou o mercado em conjunto com a mídia lança produtos que difundam e vendam a celebridade, aproveitando, assim, do alastramento do seu sucesso, como uma biografia *Para ler Michael Jackson*.

Considerações: múltiplos caminhos, um objetivo

O caminho que percorremos não apenas demonstra as afinidades existentes entre a TC e a AD como também assegura uma parceria produtiva na compreensão de muitos objetos culturais, tais como a mídia. Há a possibilidade de que esses campos possam se atualizar mutuamente em prol de uma maior acuidade da investigação das forças entrelaçadas no tecido social. Trata-se de contribuições que podem somar-se visando à apreensão de fenômenos complexos por meio de interpretação das produções simbólicas e discursivas circulantes em sociedade. Não só há espaço para a atuação da AD e seu instrumental analítico na compreensão da relação entre sujeitos como também há campo para TC subsidiar muitos procedimentos de análise da AD e vice-versa.

Todavia, algumas ponderações podem se adiantar. AD e TC têm suas ramificações e nem todas são compatíveis entre si, porém, podem ser complementares, se seus pesquisadores humildemente entenderem que cada ponto de vista traduz a vista de um ponto e quanto maior for a visão do todo, maior deverá ser a clareza com a qual o perceberemos. Aqueles que, de antemão, julgam a TC ultrapassada são os mesmos que acreditam que AD precisa superar sua fundação por Michel Pêcheux.

Com isso, afirmamos que não deve haver pesquisas isoladas em nenhuma ciência, tampouco nas matrizes epistemológicas das ciências sociais e das ciências da linguagem. Nelas existem, sim, uma diversificação de aportes teórico-metodológicos nos quais se encerra muitas vezes o diálogo entre suas fronteiras e suas limitações. As mudanças sofridas na AD e na TC, em sua maioria, advêm da incorporação de conceitos e de terminologias usados em áreas relativamente próximas. A partir desse expediente, cria-se o efeito de atualização da teoria. É indelével o fato de que a AD deriva uma de suas vertentes fundadoras dos trabalhos de Michel Pêcheux e de seus colaboradores que a estruturaram segundo três campos do saber: o materialismo histórico-dialético, a

linguística e a psicanálise. Todavia, hoje, dados os estereótipos instalados tanto no senso comum quanto na academia, há o apagamento desses campos na AD e na TC; ou mesmo o próprio apagamento dessas áreas.

Quando, no emprego da AD e da TC, não se diz das *lutas de classes* ou de noções similares comete-se um grave equívoco quanto às profundas desigualdades advindas das condições históricas e econômicas existentes em uma sociedade como a brasileira e, portanto, apaga-se o que é urgente combater. No limite, "La division de la sociedad en masas y minorías excelentes no es, por tanto, una división en clases sociales, sino en clases de hombres, y no puede coincidir con la jerarquización en clases superiores e inferiores" (ORTEGA Y GASSET, 2014, p. 78)⁸. Há aqueles que acreditam na superação das *lutas de classes*; gostaríamos também de poder usufruir dessa mesma cegueira ideológica e viver no "melhor dos mundos possíveis" como fazia o mestre Pangloss (*Cândido ou o otimismo* [VOLTAIRE, 2012]). Longe dele, ao percebermos que as configurações modernas dos Aparelhos Ideológicos do Estado estabilizaram uma forma reprimida da expressão das lutas de classes, vimos que essas se materializam nos variados usos da língua. Essa se reflete em uma organização paradigmática e sintagmática do inconsciente. Em vista disso, pode-se admitir o reconhecimento de três grandes determinações que não se excluem, mas, ao contrário, funcionam simultaneamente: o social, a língua e o inconsciente.

Por existirem teorias próprias para investigar cada uma dessas determinações do sujeito, a AD e a TC lhes articula, de maneira significativa e contundente, para demonstrar e, conseqüentemente, criticar em bases sólidas os Aparelhos Ideológicos de Estado. Podendo ser percebida como o quarto poder, a grande mídia, através do entretenimento e da informação, manipula uma parcela expressiva dos efeitos de sentido circulantes na sociedade, superando, em alguma medida, os tradicionais Aparelhos Ideológicos de Estado considerados por Althusser (1992). Assim, analisar discursos gestados no interior da mídia sem a compreensão de que sua permeabilidade assente o entrelaçamento com os Aparelhos Ideológicos pode gerar um deslize: presumir que como é continuará a ser.

Não sem razão TC e AD nos levam para o caminho da observação, da análise e da crítica, desaguando em certas constatações não tão recentes, mas difíceis de serem

⁸Em tradução livre: "A divisão da sociedade em massas e em minorias excelentes não é, portanto, uma divisão em classes sociais, mas em grupos de homens, e não pode coincidir com a hierarquia de classes superiores e inferiores".

refutadas. "Na religião, o ser humano é dominado por criações de seu próprio cérebro; analogamente, na produção capitalista, ele é subjugado pelos produtos de suas próprias mãos" (cf. MARX, 2013, vol. 2, p. 732), como também pelos de suas próprias vozes. Ora, "Tudo o que é sólido e estável se volatiliza, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são finalmente obrigados a encarar com sobriedade e sem ilusões sua posição na vida" (cf. MARX; ENGELS, 1996, p. 69), assim se livrarão da imensa necessidade da AD e da TC, enquanto isso não ocorre ambas precisam se unir para cumprirem a contento seus respectivos papéis.

Referências

- ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ALTHUSSER, A. *Aparelhos Ideológicos do Estado: Notas sobre os Aparelhos Ideológicos de Estado*. Trad. Walter José Evangelista e Maria Laura Viveiros de Castro 6ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.
- ANGENOT, M. *El discurso social: Los límites históricos de lo pensable y lo dicible*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2012.
- CHARAUDEAU, P. O discurso propagantista: uma tipologia. Trad. Emilia Mendes e Judite Ana Aiala de Mello. In: MACHADO, I. L.; MELLO R. (orgs). *Análises do discurso hoje*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira; Lucerna, 2010. 3v.
- CHARAUDEAU, P. *Discurso das mídias*. 2ª ed. Trad. Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.
- FROMM, E. *Meu encontro com Marx e Freud*. Trad. Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1963.
- FOUCAULT, M. *Arqueologia do saber*. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense universitária, 2013.
- MARTINO, L. M. S. *Comunicação e identidade: quem você pensa que é*. São Paulo: Paulus, 2010.
- MARX, K. *O Capital, crítica da economia política: O processo de produção do Capital (vol. II)*. Trad. Reginaldo Sant'Anna. 26ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.
- MARX, K.; ENGELS, F. *Manifesto do Partido Comunista*. 6ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

MERTON, R. K.; LAZARSELD, P. F. Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social. Trad. Carmen Dora Guimarães. In: COSTA LIMA, L. (org.) *Teoria da cultura de massa*. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

MININI, G. *Psicologia cultural da mídia*. Trad. Mario Bresighello. São Paulo: A Girafa Editora: Edições SESC SP, 2008.

ORTEGA Y GASSET, J. *En tiempos de la sociedad de masas*. Buenos Aires: Taurus Great Ideas, 2014.

PÊCHEUX, M. [1969]. Análise automática do discurso. In: GADET, F.; HAK, T. (orgs.). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Trad. Bethania S. Mariani [et. al.]. 4ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2010.

PÊCHEUX, M. Língua, "linguagens", discurso. Trad. Freda Indursky. In: PÊCHEUX, M. *Análise de Discurso*. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012a.

PÊCHEUX, M. Foi "propaganda" mesmo que você disse? Trad. Eni Orlandi. In: ORLANDI, E. (org.). *Análise de Discurso: Michel Pêcheux*. 3ª ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012b.

PLATÃO, F. S.; FIORIN, J. L. *Para entender o texto: leitura e redação*. 7ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1993.

SOARES, T. B. *Discursos do sucesso: a produção de sujeitos e sentidos do sucesso no Brasil contemporâneo*. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2017.

SOUZA, J. *A tolice da inteligência brasileira: ou como o país se deixa manipular pela elite*. São Paulo: LeYa, 2015.

SAUSSURE, F. *Curso de linguística geral*. Trad. Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 4ª ed. São Paulo: Cultrix, 1972.

VOLTAIRE. *Cândido ou o otimismo*. Trad. Michael Wood. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2012.

WAJCMAN, G. *Voix suivi de chut!* Paris: Nous, 2012.