Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Funções estratégicas de composição do discurso midiático em "Isso a Globo não mostra"

Strategic functions of media discourse composition in "Isso a Globo não mostra"

Edilaine de Avila

Resumo: O discurso midiático parte do esquecimento para se reinventar na rememoração das formas que vai arquivando. Este ritual é fundamental para a produção de sentidos e para assegurar sua legitimidade em determinar regras destinadas a regulamentar o comportamento e interferir no domínio da experiência. Torna-se interessante estudar as funções estratégicas de composição do discurso midiático: naturalização, reforço, compatibilização, exacerbação dos diferendos, visibilidade e alteração dos regimes de funcionamento; para entender como são utilizadas no quadro "Isso a Globo não mostra" para construir o discurso em torno de Bolsonaro. Assim, foi possível identificar como a Globo trabalha essas funções no discurso apresentado neste quadro e como são produzidos novos sentidos a partir do universo do já-dito.
Palavras-chave: Discurso; Discurso Midiático; Funções do Discurso Midiático.

Abstract: The media discourse starts from oblivion to reinvent itself in the remembrance of the forms that it is archiving. This ritual is fundamental for the production of meanings and to ensure its legitimacy in determining rules designed to regulate behavior and interfere in the realm of experience. It becomes interesting to study the strategic functions of the composition of the media discourse: naturalization, reinforcement, compatibility, exacerbation of differences, visibility and alteration of operating regimes; to understand how they are used in the "This a Globe does not show" board to build the discourse around Bolsonaro. Thus, it was possible to identify how

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Globo works these functions in the discourse presented in this table and how new meanings are produced from the universe of the aforementioned..

Keywords: Discourse; Media Discourse; Functions of Media Discourse.

1 Introdução

A comunicação se estabelece na busca pelo outro, o objetivo do enunciador é fazer chegar sua mensagem até o destinatário e, neste processo, há uma série de variáveis que interferem na formação de sentidos. Por isso, o discurso não é uma produção individual, faz parte, na verdade, de um sistema dialógico, onde as formações discursivas transitam. Essas, por sua vez, são as ideias básicas que fundamentam as ações de um determinado grupo e que promovem a interação.

Para Orlandi (2009), o conceito de discurso está um pouco distante do esquema elementar de comunicação, calcado no modelo: emissor, receptor, código, referente e mensagem. De acordo com a autora, na Análise do Discurso, não há somente a transmissão de informação; emissor e receptor estão realizando, ao mesmo tempo, o processo de significação e não isolados. Na verdade, há um complexo processo de constituição desses sujeitos e de construção de sentidos, muito além da mera transmissão de informações.

Orlandi (2009, p. 21) destaca que "são processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade". Este esquema não está centrado na ideia de comunicação, constitui-se como uma ação entre linguagem, sujeitos e efeitos de sentido múltiplos e variados. Diante disso, tem-se a definição: "o discurso é efeito de sentidos entre locutores" (Orlandi, 2009, p. 21) e, neste quadro, a Análise do Discurso considera que a linguagem não é transparente, colocando a seguinte questão fundamental: como este texto significa?

No que tange ao discurso midiático, Rodrigues (2002) ressalta que, para tornar evidentes os obstáculos de intercompreensão advindas da pluralidade e da ausência dos interlocutores, utiliza-se o recurso da intertextualidade. Para exemplificar, o autor cita o

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

"uso de elementos anafóricos, de unidades discursivas que remetem para outras, criando assim efeitos cotextuais que ancoram o discurso a um sentido intertextual, identificável pelo público" (Rodrigues, 2002, p. 242). Diante disso, o sentido do discurso midiático é capaz de se transformar em um sentido autorreflexivo, onde são localizados os fatos e as referências do mundo.

Conforme Orlandi (2009, p. 18), a Análise do Discurso "produz um conhecimento a partir do próprio texto, porque o vê como tendo uma materialidade simbólica própria e significativa, como tendo uma espessura semântica: ela o concebe em sua discursividade". Dessa forma, a partir da confluência de várias áreas como Psicanálise, Linguística e Marxismo, a Análise do Discurso cria um novo recorte de disciplinas, estabelecendo o discurso como um novo objeto de estudo que intersecciona essas áreas de conhecimento.

A questão-chave para a diferenciação entre o discurso midiático e os demais tipos de discurso passa pela maneira como os dispositivos midiáticos interferem na construção do quadro enunciativo. Além disso, é preciso estar atento à composição das premissas da enunciação que os interlocutores precisam admitir para dar sentido a esses discursos. Para Rodrigues (2009, p. 125), interessa saber "quais são as marcas da enunciação dos dispositivos mediáticos que asseguram a construção do mundo a que se referem os enunciados que os utilizam".

É importante destacar também a relação entre o discurso midiático e as instâncias de poder que se estabelecem na sociedade. Rodrigues (2009) observa que a mídia manipula a audiência para impor os interesses das classes e ideologias dominantes e, assim, a linguagem humana, independentemente de sua forma de expressão, é o dispositivo simbólico da sociabilidade, utilizado para promover o senso comum dos quadros culturais socialmente indiscutíveis.

Com base nessas questões, torna-se interessante estudar as funções estratégicas de composição do discurso midiático, pois é através do discurso que a mídia assegura sua legitimidade para determinar as regras destinadas a regulamentar o comportamento e interferir no domínio da experiência (Rodrigues, 2002). Nota-se que, a partir da

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

ascensão da tecnologia, os veículos de comunicação tidos como tradicionais, como as emissoras de televisão, precisaram se adaptar às novas condições de produção e, por vezes, incorporar recursos e estratégias oriundos do ambiente digital, para manter suas audiências.

Neste novo cenário, surgiu o quadro "Isso a Globo não mostra", no programa Fantástico, da Rede Globo. Marcado, especialmente, pelo humor, a atração utiliza imagens da programação da emissora para rir de si mesma e de assuntos gerais, normalmente, aqueles que foram destaque durante a semana nos ambientes econômico, político, cultural e de entretenimento. Esta estratégia de reunir diversos momentos da programação da Rede Globo acabou se tornando um eficiente e crítico resumo de notícias da semana e, devido a esta característica, inevitavelmente, o quadro acaba mencionando o Presidente Jair Messias Bolsonaro e/ou seu governo.

Assim, este estudo norteia-se a partir da seguinte problemática: como se dão as funções estratégicas de composição do discurso midiático no quadro "Isso a Globo não mostra" na construção do discurso em torno do Presidente Jair Bolsonaro? Diante disso, o objetivo principal desta pesquisa é entender como são utilizadas as funções estratégicas de composição do discurso midiático no quadro "Isso a Globo não mostra" para construir o discurso em torno do Presidente Jair Bolsonaro.

Ainda, são objetivos específicos desta pesquisa: a) Identificar as menções, diretas ou indiretas, ao governo do Presidente Jair Bolsonaro no quadro "Isso a Globo não mostra"; b) Descrever as formações discursivas que utilizam recortes de falas relacionadas ao governo do Presidente Jair Bolsonaro para a produção de sentidos; e c) Analisar os efeitos de sentidos pretendidos pela produção do quadro quando referenciado, direta ou indiretamente, o governo do Presidente Jair Bolsonaro.

Justifica-se a importância de se estudar o discurso a partir da ideia trazida por Orlandi (2009, p. 15), que diz que a Análise do Discurso "concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social". Portanto, o discurso permite a permanência, a continuidade, o deslocamento e a transformação do sujeito e da realidade em que ele se encontra. Por o trabalho simbólico do discurso estar calcado

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

na produção da existência humana, entendê-lo torna-se imprescindível para a compreensão da relação da mídia com a sociedade e vice-versa.

Além disso, o objeto de estudo deste trabalho, o quadro "Isso a Globo não mostra", revela-se muito rico para a Análise do Discurso, uma vez que apresenta vários elementos interdiscursivos, que produzem sentidos em diferentes níveis da sociedade. Outrossim, interessa a esta pesquisadora investigar como a maior emissora de televisão brasileira constrói o discurso em torno do governo de Jair Bolsonaro dado o cenário político do país na atualidade. Para dar conta de todas as premissas deste trabalho, parte-se para a construção do quadro teórico que norteará a análise.

2 Natureza, delimitações e funções do discurso midiático

Orlandi (2009) afirma que o discurso se constitui como um lugar onde é possível observar a relação entre língua e ideologia, a partir da compreensão de que a língua produz sentidos por e para sujeitos. Para a autora, esta relação é complementar: "a materialidade específica da ideologia é o discurso e a materialidade específica do discurso é a língua" (Orlandi, 2009, p. 17). Em relação ao papel do sujeito neste processo, Pêcheux apud Orlandi (2009, p. 17) afirma que "não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido".

Considerando essas especificidades, a Análise do Discurso tem o objetivo de "compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história" (Orlandi, 2009, p. 15). Neste caso, conforme esclarece a autora, a Análise do Discurso não trata diretamente da língua ou da gramática, mesmo que essas questões todas lhe interessem, seu foco está no discurso, como seu próprio nome indica.

Além disso, conforme estabelece Silva (2013, p. 05), para a Análise do Discurso, "o sujeito é visto a partir da forma-sujeito, como o sentido do fazer social do indivíduo, no desenvolvimento de práticas sociais". Neste caso, interessa saber qual papel histórico o sujeito desempenha e como ele se identifica no momento em que se

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

insere na forma-sujeito histórica, observando como se constitui suas formações discursivas amparadas no interdiscurso.

Etimologicamente, o termo discurso traz a ideia de curso, percurso, deslocamento e, por isso, a Análise do Discurso observa a palavra em movimento, como uma prática de linguagem. Neste sentido, Orlandi (2009, p. 15) destaca que "com o estudo do discurso, observa-se o homem falando". A partir disso, é imprescindível salientar o papel do contexto nesta relação, pois a Análise do Discurso trabalha com maneiras de significação e sujeitos falantes, considerando, principalmente, a produção de sentidos como parte de suas vidas em sociedade.

Se pensar na delimitação do discurso já é considerada uma tarefa complexa, no que diz respeito ao discurso midiático, esta missão também encontra dificuldades, principalmente, devido ao fato de o discurso midiático ser capaz de circular por todos os outros tipos de discursos, além de se infiltrar nas demais práticas discursivas. Rodrigues (2002, p. 229) observa que "é precisamente esta aptidão para contaminar as outras modalidades de discurso e para se deixar por elas contaminar que confere ao discurso midiático as características que o habilitam a exercer suas funções de mediação".

Diante disso, a partir do homem na sua história, a Análise do Discurso considera os processos e as condições de produção da linguagem, através da observação da relação que se estabelece entre a língua e os sujeitos que a falam e das situações onde o dizer é produzido. Assim, para Orlandi (2009), o papel do analista do discurso é o de estudar as relações entre a linguagem e a sua exterioridade, com a finalidade de encontrar as regularidades da linguagem em sua produção.

De acordo com Silva (2013, p. 06), "no funcionamento da linguagem, sujeito e sentido são afetados ideologicamente pela língua e pela história". Para a autora, portanto, "o discurso é efeito de sentido entre locutores, ou seja, a linguagem se dá na relação entre os sujeitos e os variados efeitos de sentido que o discurso produz" (Silva, 2013, p. 06). A partir disso, infere-se que a existência de sentido está condicionada a um processo interpretativo, no qual o sujeito depreende sentido de um objeto simbólico, a partir de sua posição e de suas referências históricas.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

No que se refere à mídia, Rodrigues (2002, p. 227) afirma que "o discurso não é uma das funções entre outras da instituição midiática; é seu principal produto e o resultado final do seu funcionamento". Além disso, o autor destaca duas funções comunicacionais relevantes do discurso midiático: a função referencial, ou seja, dar conta dos acontecimentos do mundo; e a função fática, isto é, a capacidade de manter o contato com o público (Rodrigues, 2002). Esses são alguns dos motivos pelos quais a Análise do Discurso interessa tanto ao campo da Comunicação.

Isto posto, Rodrigues (2002) deixa claro que o discurso midiático apresenta uma fluidez ininterrupta e constante, a partir do encadeamento de enunciados que se apresentam de maneira acabada, escondendo, ao mesmo tempo, os processos de produção. Isso acontece porque, predominantemente no discurso midiático, há o emprego da terceira pessoa, da mesma forma que acontece com os discursos históricos e científicos, por exemplo. Esta característica faz parte de uma estratégia de universalidade referencial dos enunciados, com o intuito de conferir credibilidade aos fatos, independentemente, do lugar de fala do enunciador.

Medeiros (2008) trabalha o conceito de condições de produção, que estão, num sentido mais amplo, atreladas ao contexto sócio-histórico e ao aspecto ideológico, olhando para o discurso midiático e o papel da mídia como reguladora social de saberes. Para a autora, "os vestígios históricos de constituição e produção sucessiva de informação na mídia são determinantes para a formulação, circulação e manutenção do discurso" (Medeiros, 2008, p. 49). Assim, no discurso midiático, há a representação de organismos humanos em lugares determinados na estrutura de uma formação social.

A partir da relação entre mídia, discurso e poder, Medeiros (2008, p. 50) propõe uma (re)definição de condições de produção alinhada "à análise histórica das contradições ideológicas presentes na materialidade dos discursos e articulada teoricamente ao conceito de formação discursiva". Neste caso, é importante considerar o lugar que os sujeitos do discurso se atribuem mutuamente a contar das formações imaginárias, que apontam a imagem que cada sujeito faz de seu próprio lugar e do lugar do outro no momento da enunciação.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Medeiros (2008, p. 50-51) afirma ainda que "a análise das condições de produção, inscrita na constituição do que é dito – veiculado na mídia, é determinante para a compreensão do discurso. O lugar de onde se fala é regulador de sentidos". Por isso, a compreensão do já-dito é fundamental ao funcionamento do discurso, bem como a sua relação com o sujeito e com a ideologia. Na Análise do Discurso, parte-se do texto para se chegar ao discurso e, neste, é possível ver a relação entre a linguagem e a exterioridade.

Outrossim, é preciso distinguir os discursos midiáticos daqueles não midiáticos. Esta diferenciação é estabelecida por Rodrigues (2002) da seguinte forma: o discurso não midiático é esotérico, ou seja, interno, próprio a um grupo de sujeitos. Já o discurso midiático é exotérico, isto é, externo, destinado a todos indiscriminadamente. A natureza esotérica do discurso apresenta uma relativa opacidade das outras modalidades discursivas e, por outro lado, a natureza exotérica do discurso midiático pressupõe o imperativo da transparência ou da visibilidade universal (Rodrigues, 2002).

Na Análise do Discurso, além da linguagem, é preciso considerar também o silêncio. Para Silva (2013, p. 07), "o silêncio é discurso, tendo sua materialidade própria, suas formas próprias de significar [...] por meio de estruturas distintas das palavras". Entretanto, no que diz respeito ao discurso midiático, "os silêncios são insuportáveis e intoleráveis, uma vez que assinalam a perda da relação com o público e são, por conseguinte, encarados como um risco letal para o próprio funcionamento do seu dispositivo de enunciação" (Rodrigues, 2002, p. 228).

Rodrigues (2002) aponta também para a função especular do discurso midiático, ou seja, a capacidade que a mídia tem de se tornar reflexo da diversidade simbólica das demais instituições. Para o autor, "é a instituição midiática que desempenha, nas sociedades modernas, este papel estratégico de composição e de consequente cimento homogeneizador da vida coletiva" (Rodrigues, 2002, p. 234). A mídia funciona, portanto, como um espelho da pluralidade de vozes que circulam pela sociedade.

Ainda conforme o autor, a prática discursiva midiática tem uma natureza metaforizante, provocada pela contaminação do discurso midiático pelas diferentes

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

modalidades discursivas existentes. “O fato de assimilar parte da dimensão discursiva das outras instituições contribui para a função de mediação de que o discurso midiático é responsável” (Rodrigues, 2002, p. 232). Para isso, é preciso observar as funções estratégicas que o discurso midiático desempenha para a construção de saberes.

2.1 Funções estratégicas de composição do discurso midiático

A partir dessas considerações, Rodrigues (2002) delimita seis funções estratégicas de composição do discurso midiático, a saber: naturalização, reforço, compatibilização, exacerbação dos diferendos, visibilidade e alteração dos regimes de funcionamento. Salienta-se que essas funções foram adotadas como base para a construção da análise do discurso midiático do quadro “Isso a Globo não mostra”. Antes, porém, são apresentadas as principais características de cada uma delas.

Em relação à **naturalização**, observa-se que uma das principais funções estratégicas do discurso midiático é “a de naturalizar o recorte arbitrário da multiplicidade de domínios da experiência realizado na modernidade assim como o poder legítimo, tanto expressivo como pragmático, que as instituições detêm sobre eles” (Rodrigues, 2002, p. 235). Além disso, esta função está relacionada, de alguma forma, à memória, ou ainda a dimensão mnésica, do discurso midiático.

Neste caso, percebe-se que o discurso midiático se vale de retrospectivas e citações, por exemplo, como mecanismos fundamentais desta dimensão mnésica, buscando no entrelaçamento do esquecimento, resultante da efemeridade dos seus enunciados, a capacidade de recompor sentidos ao já-dito (Rodrigues, 2002). O autor ainda destaca que o discurso midiático se apropria da dimensão expressiva das demais instituições, para apresentá-la naturalmente fundada e, portanto, indiscutível.

A segunda estratégia de composição do discurso midiático é o **reforço** “da legitimidade das outras instituições, garantindo sua permeabilidade por todo o tecido social” (Rodrigues, 2002, p. 236). Assim sendo, através da visibilidade que a mídia confere a uma determinada simbólica, há o aumento da projeção pública daquele discurso, colaborando para sua manutenção no imaginário social.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

No que diz respeito à função estratégica de **compatibilização**, o autor destaca que, quando há conflito entre diferentes instituições, a mídia pode funcionar como mediadora para evitar o confronto direto, minimizando possíveis impactos negativos oriundos de discursos discordantes. É possível que haja certa competição, ou até mesmo imposição de valores e normas num determinado domínio de experiência e, diante disso, a mídia pode atuar para acalmar os ânimos, procurando a compatibilização entre pretensões legítimas contraditórias (Rodrigues, 2002).

Para dar conta disso, de acordo com Rodrigues (2002), o discurso midiático atua na elaboração de uma retórica que tem por finalidade deixar de lado discursos em confronto, através da abordagem de enunciados menos polêmicos, focados no que há em comum entre os detentores legítimos das diferentes instituições. Esta forma de promover a concordância equilibra os discursos e minimiza os conflitos nas sociedades modernas, o que promove a natureza exotérica do discurso midiático, assegurando sua função de mediação.

Em casos mais complexos, onde não é possível compatibilizar os discursos, a mídia atua como um dispositivo de apresentação das diferentes posições, dando voz às instituições através de mesas redondas, debates ou textos editoriais, por exemplo. Esta estratégia é comum nos confrontos entre instituições religiosas e políticas e confere à instituição midiática sua autonomia institucional como promotora de valores da visibilidade, ao mesmo tempo em que assegura às instituições em oposição o reforço das suas posições (Rodrigues, 2002).

Por outro lado, nem sempre é possível ao discurso midiático exercer este papel pacificador entre as pretensões legítimas divergentes e, nestes casos, há uma **exacerbação dos diferendos**. "Por vezes, [a instituição midiática] tende a exacerbar essas diferenças, despoletando ou agravando os diferendos. Muitos dos atuais conflitos são empolados e por vezes despoletados, na sequência da sua encenação midiática" (Rodrigues, 2002, p. 237). Ao assumir este papel, o discurso midiático atua como um potencializador de conflitos, reverberando discursos contraditórios e fomentando as oposições.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

A quinta função estratégica de composição do discurso midiático é a **visibilidade**. Considerando que a mídia é a instituição por excelência destinada a colocar em evidência as demais instituições, esta função está diretamente ligada à natureza exotérica da sua simbólica. Além disso, aquilo que não é objeto da instituição midiática, na sociedade atual, não tem reconhecida sua existência social (Rodrigues, 2002).

Por fim, há a função de **alteração dos regimes de funcionamento**, na qual o "discurso mediático assegura ainda alterações significativas no regime de funcionamento das instituições, quer acelerando quer desacelerando o ritmo e a intensidade do seu funcionamento" (Rodrigues, 2002, p. 237). Para exemplificar, o autor cita os efeitos de aquecimento, inflação, arrefecimento e deflação no cenário econômico a partir da projeção midiática que é dada às decisões tomadas pelos agentes competentes nesta esfera. O mesmo ocorre no domínio político, onde o discurso midiático pode atuar para normalizar, arrefecer ou revolucionar a luta pela detenção do exercício do poder.

De acordo com Rodrigues (2002, p. 238), as instituições não midiáticas veem "seus ritmos, a sua intensidade e a velocidade de funcionamento acelerados ou travados em função da mediatização e da consequente projeção pública dos seus discursos e das suas intervenções próprias". Salienta-se, portanto, a importância do discurso midiático na construção do saber coletivo, principalmente, no que diz respeito à definição do que será pautado pelas outras instituições.

Ainda, para Rodrigues (2002, p. 238), "a análise das diferentes funções estratégicas que o discurso mediático desempenha permite portanto compreender, não só as suas fronteiras, mas sobretudo a sua permeabilidade pelos outros discursos". Dito isso, reforça-se a natureza especular do discurso midiático, pois nele refletem-se, constantemente, os discursos das demais instituições. Além disso, é necessário destacar que o discurso midiático é unilateral, pois "um enunciador dirige a palavra a um público relativamente indiferenciado e ausente, que não tem possibilidade de tomar

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

efetivamente a palavra, pelo menos no decurso da relação discursiva midiática" (Rodrigues, 2002, p. 238).

Tendo como inspiração esta classificação estabelecida por Rodrigues (2002), parte-se para a análise do quadro "Isso a Globo não mostra", que se desenrola a seguir. Salienta-se que, embora o autor trabalhe com meios impressos, é possível identificar as funções estratégicas de composição do discurso midiático também em formatos audiovisuais, como é o caso do objeto deste estudo.

3 "Isso a Globo não mostra": a construção do discurso em torno do governo de Jair Bolsonaro

O quadro "Isso a Globo não mostra" integra o programa Fantástico, exibido domingo à noite pela Rede Globo de Televisão, desde o dia 20 de janeiro de 2019. Trata-se de um quadro de humor[1] que utiliza imagens da programação da emissora para rir de si mesma e de assuntos gerais, geralmente aqueles que foram destaque durante a semana. A expressão "Isso a Globo não mostra" é um jargão comum nas redes sociais, utilizado para dar a ideia de uma audiência inerte, totalmente dependente das informações apresentadas pela televisão (Loureiro, 2018).

Para a autora, o emprego da frase "funcionaria como uma estratégia de convocação, para que se deixe de ser massa manipulada e se aja compartilhando aquela informação teoricamente 'censurada' pelo poder vigente, a Rede Globo" (Loureiro, 2018, p. 01). Há, por trás do uso desta expressão, a ideia de alguém que possui uma informação privilegiada, que a televisão não apresenta. Diante disso, subentende-se, portanto, que a Rede Globo procura se aproximar do público ao inserir um quadro com este nome a um programa dominical de grande audiência.

Cabe destacar que o jargão já foi utilizado em outros programas, como "Lady Night" e "Tá no Ar: a TV na TV", e acabou virando um quadro de humor na revista

[1] Na página globo.com, a própria emissora classifica o quadro como uma atração humorística do programa Fantástico. Fonte: https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2019/01/20/estreia-isso-a-globo-nao-mostra.ghtml. Acesso em 12 jul. 2019.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

eletrônica. O Fantástico divulgou a atração na internet como um humorístico que mostra os bastidores da Rede Globo. De acordo com o Portal Overtube[2], devido a esta característica, não é exagerada a comparação feita pelo público com o programa Vídeo Show, extinto em 11 de janeiro de 2019, após 35 anos no ar.

Neste artigo, para fins de recorte, foi analisada a primeira edição do quadro[3], veiculada em 20 de janeiro de 2019. Embora não tenha sido usada a imagem propriamente dita do Presidente da República Jair Bolsonaro, o quadro cita indiretamente pessoas e casos vinculados a seu governo e, por isso, encaixa-se no objetivo principal deste trabalho. De autoria de Célio Porto, Diego Tavares, Eduardo Rios, Guilherme Sousa, Luanna Guimarães e Rodolpho Rodrigo, com a redação final de Leonardo Lanna, a primeira edição tem pouco mais de cinco minutos de duração e foi ao ar no final do Fantástico, sem qualquer informação prévia por parte dos apresentadores.

O quadro começa com imagens que simulam uma invasão de hackers ao sistema interno da Rede Globo e segue com uma série de esquetes[4] que misturam recortes de programas da grade da emissora, numa linguagem bastante informal e rápida, comum aos conteúdos produzidos para internet. Os fragmentos são retirados de seus contextos para produzir novas narrativas, que usam o humor para promover uma reflexão a respeito de temas polêmicos atuais, além de fomentar o entretenimento.

Na primeira edição, a introdução ao quadro é dada por sete fragmentos de cenas de diferentes programas da Rede Globo (como, por exemplo, É de Casa, Zero1, Só Toca Top e Encontro), que constroem com as falas de apresentadores da casa o enunciado de boas-vindas aos telespectadores. Entre as várias cenas criadas a partir de montagens, estão: Walter Casagrande Júnior respondendo à pergunta de um telespectador do Globo Esporte; Valentina Marsalla, personagem de Lilian Cabral em O Sétimo Guardião,

[2] Disponível em: https://portalovertube.com/entretenimento/globo-zoa-a-si-mesma-e-alfineta-filho-de-bolsonaro-em-novo-quadro-do-fantastico/. Acesso em 12 jul. 2019.
[3] Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=kYJeJOFRg3A. Acesso em: 01 jul. 2019.
[4] Esquete é uma peça de curta duração, geralmente de caráter cômico, produzida para teatro, cinema, rádio ou televisão. Fonte: https://www.significados.com.br/esquete/. Acesso em: 09 jul. 2019.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

atendendo uma ligação a cobrar; Lucimar, personagem de Dira Paes em Salve Jorge, desesperada com o sumiço da filha e, segundos depois, radiante por tê-la encontrado; Pedro Bial e Galvão Bueno dialogando apenas com expressões faciais e gestos, no que o quadro denominou de "Sem Conversa com Bial"; Susana Vieira cantando *Per Amore* no Domingão do Faustão e sendo avaliada pelos jurados do The Voice Brasil; cinco momentos em que Ana Maria Braga confundiu pessoas no Mais Você; Ana Paula Araújo falando sozinha na bancada do Bom Dia Brasil; Zeca Camargo ensinando a fazer papel no É de Casa; e Tadeu Schmidt tocando *Sweet Child O' Mine* (Guns N' Roses) em um cavaquinho, acompanhado de um grupo de sambistas, no Fantástico.

Além dessas esquetes, duas se sobressaem por ironizar acontecimentos políticos. A primeira delas traz uma sequência de cenas a partir de fragmentos de doze programas diferentes da emissora e inicia com a repórter Sandra Passarinho falando "Flávio Bolsonaro passou a ter foro privilegiado". Deste momento em diante, nove apresentadores de diferentes atrações se revezam nas seguintes frases: "mudando de assunto" e "foro privilegiado". São eles: Cauê Fabiano (G1 em 1 Minuto); Renata Vasconcellos (Jornal Nacional); Sophia Abrahão, nesta cena acompanhada de João Vicente de Castro (Vídeo Show); Willian Bonner (Jornal Nacional); Fernanda Souza (Só Toca Top); Helter Duarte (RJ2); Renata Vasconcellos, desta vez, acompanhada de Galvão Bueno no programa Central da Copa; Sandra Annenberg (Jornal Hoje); Ana Maria Braga, acompanhada de Loro José (Mais Você); e Chico Pinheiro (Bom Dia Brasil). Ao final desta sequência, aparece Jorge Bevilacqua, personagem de Welder Rodrigues em Jardim Urgente, quadro do programa Tá no Ar: A TV na TV, que diz: "vamos falar de coisa boa?". Por fim, surge Helen Martins, do Globo Rural, que fala: "laranjas com esses mesmos sintomas não faltam aqui neste pomar".

A segunda esquete mostra o momento em que Odete Roitman, personagem de Beatriz Segall na novela Vale Tudo que foi ao ar em 1988, é assassinada. A cena mostra a personagem ensanguentada, após ser alvejada no peito e escorregar pela parede até o chão. O que não consta na cena original, mas foi acrescentado pela produção do quadro "Isso a Globo não Mostra", é um liquidificador, que aparece ao lado direito da

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

personagem. Nesta cena, a câmara se desloca em zoom para o utensílio doméstico, com uma trilha sonora de suspense ao fundo. Na figura a seguir, estão colocados alguns frames das duas esquetes citadas.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Figura 01 – Frames da primeira edição do quadro “Isso a Globo não mostra”

Figure 01 – Frames from the first edition of “Isso a Globo não mostra”



Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=kYJeJOFRg3A

A partir da construção teórica apresentada e da observação das cenas exibidas no referido quadro, analisou-se como a emissora se apropriou das funções estratégicas de composição do discurso midiático para compor o discurso em torno do Presidente Jair Bolsonaro. Primeiramente, no que tange à **naturalização**, é possível perceber claramente o uso de recortes dos vários domínios de experiência, através do emprego de cenas das mais diferentes atrações da Rede Globo.

Na primeira menção indireta ao Presidente Jair Bolsonaro, o quadro cita Flávio Bolsonaro, seu filho, lembrando a questão relacionada ao seu foro privilegiado, já que o senador recorreu ao Supremo Tribunal Federal (STF) e conseguiu suspender a investigação contra seu ex-assessor Fabrício Queiroz. Neste momento, são referenciados doze programas diferentes da emissora: um noticiário da Globo News, uma inserção do G1 em 1 Minuto, duas inserções do Jornal Nacional (uma com Renata Vasconcellos e outra com William Bonner), além dos programas: Vídeo Show, Só Toca Top, RJ2 (jornal local), Central da Copa, Jornal Hoje, Mais Você, Bom Dia Brasil, Tá no Ar: A TV na TV e Globo Rural.

Anais de Artigos
IV Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

Nesta esquete, a edição colocou os apresentadores dos telejornais da Globo dizendo "foro privilegiado", intercalando outros personagens da emissora com a frase "mudando de assunto" e, ao final, um trecho de uma reportagem do Globo Rural explicando sobre o cultivo de laranjas. Esta estratégia está relacionada à capacidade de recompor sentidos ao já-dito, conforme estabelece Rodrigues (2002), e colabora para naturalizar o discurso apresentado pelo quadro.

O mesmo acontece com a segunda esquete onde o governo de Jair Bolsonaro é referenciado, desta vez, de forma mais sutil. Nesta cena, que é uma montagem, a verdadeira arma que matou a icônica personagem da novela Vale Tudo, Odete Roitman, foi um liquidificador. A referência alfineta a declaração do ministro-chefe da Casa Civil, Onyx Lorenzoni, que comparou o risco de alguém se machucar com armas de fogo igual ao de acidentes com liquidificadores. Cabe destacar também que a personagem de Beatriz Segall fez parte de uma trama que discutiu temas como corrupção e falta de ética, denunciando também a inversão de valores no Brasil no final dos anos 1980[5].

No que diz respeito à função de **reforço**, observa-se que o quadro usa do recurso da repetição para aumentar a projeção pública do caso que envolveu o filho do Presidente. Na referida construção de cenas, a expressão "foro privilegiado" aparece seis vezes, o que reforça a ideia de manter o discurso no imaginário popular, que vai ao encontro do que estabelece Rodrigues (2002), interferindo diretamente na legitimação da instituição poder público, na relação estabelecida entre os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário.

Para dar conta da função de **compatibilização**, o quadro, para equilibrar os discursos apresentados e deslocar a emissora da posição crítica, incluindo-a na sátira, apresenta os momentos: "Top 5 vezes em que a Ana Maria acordou cedo demais" e "Sem Conversa com Bial", que brincam com apresentadores da casa. Esta estratégia

[5] Com informações de Memória Globo. Disponível em: http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/vale-tudo/trama-principal.htm. Acesso em: 12 jul. 2019.

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

discursiva pressupõe que a Rede Globo também sabe rir de si mesma e está sujeita a erros, nivelando-a junto às demais instituições que ironiza.

Neste sentido, conforme Rodrigues (2002), o discurso midiático funciona como um minimizador de discursos em conflito, apresentando enunciados polêmicos de forma mais amena, com o uso do humor como forma de crítica social. Neste caso, o humor não tem somente a função de divertir, mas de informar e de levar à reflexão do que acontece na sociedade atual. Da mesma forma, ao fazer uso desta estratégia discursiva, a emissora evita o confronto direto com as instituições que critica e, ao debochar de si mesma, equilibra o discurso apresentado no quadro.

Em relação à função de **exacerbação dos diferendos**, o quadro procura apresentar os discursos contraditórios relacionados ao governo de Jair Bolsonaro, potencializando discursos de enunciadores ligados diretamente ao Presidente. Nesta edição, são referenciados dois pontos muito polêmicos: o foro privilegiado de Flávio Bolsonaro, filho do Presidente, e a proposta de decreto de flexibilização do porte e posse de armas. Em ambos os casos, o quadro procura fomentar os conflitos existentes entre os apoiadores e os opositores das propostas do governo.

No que corresponde à função de **visibilidade**, o quadro coloca em evidência a instituição Governo Federal, mesmo sem fazer uso da imagem do próprio Presidente da República. Há, em torno do governo, uma série de enunciadores capazes de construir a imagem do Presidente, positiva ou negativamente, e, ao discurso midiático, neste caso, cabe o papel de conferir visibilidade a esses discursos, ao mesmo tempo em que reconhece a existência social das instituições não midiáticas, como bem observa Rodrigues (2002).

Por fim, na **alteração dos regimes de funcionamento**, o discurso apresentado pelo quadro "Isso a Globo não mostra" acabe funcionando como um resumo dos acontecimentos políticos, econômicos e sociais da semana anterior. Da mesma forma, o discurso midiático apresentado pela emissora neste quadro, de acordo com o que traz Rodrigues (2002), colabora para a construção do imaginário coletivo ao pautar questões

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

importantes para o país, definindo também o que será discutido no início da próxima semana entre as demais instituições.

4 Considerações finais

Para finalizar, verifica-se que o objetivo principal deste estudo foi alcançado, uma vez que foi possível entender a utilização das funções estratégicas do discurso midiático no quadro "Isso a Globo não mostra", que colaboraram para a construção do discurso em torno do Presidente Jair Bolsonaro. Também se enfatiza como o discurso pode gerar novos sentidos em contextos de produção diferentes, como é o caso do quadro analisado, principalmente no que diz respeito ao recorte de cenas de programas da TV Globo, que foram retiradas de seus contextos originais para criar um novo discurso midiático capaz de ironizar e promover a reflexão sobre a realidade política atual.

Tomando como base as seis funções estratégicas do discurso midiático, estabelecidas por Rodrigues (2002), observa-se, portanto, que o quadro "Isso a Globo não Mostra" procura naturalizar o discurso que cria a partir de enunciados, até então, sem conexão, reforçando o posicionamento crítico da Rede Globo frente ao Governo Federal. Ao mesmo tempo, também potencializa discursos contraditórios em torno do Presidente da República, conferindo visibilidade aos enunciadores que estão ligados a Jair Bolsonaro.

Considerando as questões apresentadas por Rodrigues (2002), retomam-se as duas funções comunicacionais mais relevantes do discurso midiático: a função referencial e a função fática. No caso do quadro analisado, no que diz respeito à função referencial, a atração televisiva procura dar conta dos acontecimentos do país, pelo viés do entretenimento deixando de lado a comunicação noticiosa formal e, no que se refere à função fática, mantém contato com seu público ao diminuir o distanciamento entre a emissora e sua audiência.

É preciso destacar ainda que, ao se relacionar com a dimensão mnésia do discurso e com o universo do já-dito, o quadro pressupõe um espectador conhecedor da

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

grade de programação da emissora, alguém que acompanha as atrações e, por isso, consegue compreender os novos sentidos construídos a partir dos recortes apresentados. Por fim, ressalta-se o lugar de fala deste sujeito, no caso a maior emissora televisiva do país, que se conecta com seu público de maneira mais pessoal, utilizando-se de uma linguagem mais informal, advinda em boa parte da internet. Fica ainda a pretensão de aprofundamento de outras questões relacionadas ao discurso midiático e suas relações com a construção do discurso do Presidente Jair Bolsonaro, principalmente aquelas relacionadas ao interdiscurso.

Referências

LOUREIRO, Eliana Regina Lopes. "Isso a Globo não mostra": análise de conteúdo associada ao termo e sua ligação com as fake news. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville/SC. **Anais…** Joinville/SC: Intercom, 2018, p. 1-15. Disponível em: http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1721-1.pdf. Acesso em: 08 jul. 2019.

MEDEIROS, Caciane. As condições de produção e o discurso na mídia: a construção de um percurso de análise. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, n. 20, p. 48-55, dez. 2008. Disponível em: https://core.ac.uk/download/pdf/25528911.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso:** princípios e procedimentos. 8. ed. Campinas: Pontes, 2009. p. 25-55.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Considerações preliminares sobre o quadro enunciativo do discurso midiático. **ECO-Pós**, v.12, n.3, setembro-dezembro 2009, p. 123-131.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: PORTO, Sérgio Dayrell; MOUILLAUD, Maurice (org.). **O jornal da forma ao sentido.** Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002. p.227-233.

SILVA, Simone Atayde Floriano da. Discurso midiático: análise discursiva com base nas entrevistas com governador Raimundo Colombo acerca dos recursos do FUNDEB destinados à educação catarinense. In: SIMPÓSIO SOBRE FORMAÇÃO DE PROFESSORES, 5., 2013, Tubarão/SC. **Anais…** Tubarão/SC: UNISUL, 2013, p. 01-

ISSN 2675-4290 Vol. 1, N. 4 (2020)

15. Disponível em: http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos_v%20sfp/Simone_da_Silva.pdf. Acesso em: 30 jun. 2019.