

Breaking news: como notícias causam emoções em seus leitores

Graziela Fachim

Universidade Federal de Santa Maria

UNGERER, F. Emoções e linguagem emocional nas notícias em inglês e alemão. In: CAVALCANTE, M. M; BRITO, M. (orgs). *Texto, discurso e argumentações: traduções*. 1ed. Campinas/SP; Pontes editores, 2020.

A presente escrita trata-se de uma resenha do artigo *Emoções e linguagem emocional nas notícias em inglês e alemão*, de autoria do alemão Friedrich Ungerer, publicado em português no livro *Texto, discurso e argumentações: traduções* (ISBN: 978-65-5637-099-6), organizado por Mônica Cavalcante e Mariza Brito, em 2020. A coletânea reúne diferentes autores e suas abordagens teóricas pautadas por pressupostos retóricos e pragmáticos de significações na língua.

Em seu artigo, Ungerer tem como objetivo abordar as diferentes reações emocionais causadas no leitor através das escolhas linguísticas em textos jornalísticos, e como elas são capazes de acionar tais inferências emocionais. Para tal, o autor divide seu texto em uma breve introdução sobre notícias e seu impacto emocional, apresentando em seguida o quadro comunicativo presente no gênero (sua esquematização), as noções de inferências emocionais, os meios linguísticos e as estratégias utilizadas para que haja impacto emocional, a categorização de emoções, e por fim, encerrando seu estudo com um exemplo e suas hipóteses.

A ideia de que textos jornalísticos carregam e transmitam impacto emocional pode ser em um primeiro momento descartada se comparada com demais gêneros textuais que possuem uma carga emocional mais evidente, como cartas e textos literários, por exemplo. Contudo, Ungerer afirma que muitos artigos de jornais possuem o poder de impactar seu leitor, seja de forma positiva ou negativa. Para corroborar com sua ideia, o autor traz exemplos do dia a dia do mundo das notícias, como o impacto positivo de um torcedor de futebol ao ler que seu time foi campeão ou negativo ao ver sua derrota.

Considerando que notícias invocam em seu leitor determinada resposta emocional, o autor apresenta o quadro comunicativo existente em textos jornalísticos. Tal quadro é dividido em três aspectos: I) o primeiro trata-se do autor/editor do texto que irá fazer a seleção linguística e fornecerá gatilhos para que certas emoções ocorram; II) a notícia em si, que invocará respostas,

podendo incluir aspectos emocionais relativos aos participantes e as ações que aconteceram/acontecem; para então III) o leitor pretendido experimentar essas reações.

Vale ressaltar que as emoções descritas/experienciadas pelos participantes na notícia não necessariamente serão as mesmas emoções invocadas no leitor. O fato de alguém estar furioso com determinado assunto, não faz com que obrigatoriamente o leitor sinta raiva da mesma maneira, embora possa haver casos em que a emoção invocada possa ser desencadeada pelas descritas no texto jornalístico. Ou seja, para o linguista, torna-se muito mais fácil identificar as emoções descritas, linguisticamente representadas, do que as emoções desencadeadas nos leitores pretendidos.

Apesar de estarem em uma área mais nebulosa, as emoções invocadas por notícias podem ser direcionadas e induzidas por mecanismos linguísticos específicos seguindo o objetivo do autor/editor do texto. Com isso, Ungerer apresenta, com base em Galtung e Ruge (1973), seis mecanismos que podem ser utilizados de acordo com determinados propósitos. Divididos em dois grandes grupos, no primeiro conjunto são apresentados os princípios de seleção e relevância: I) Proximidade; II) Animação; III) Classificação/Numeração. No segundo conjunto, os princípios de processamento são abordados: IV) Avaliação; V) Intensidade; e VI) Conteúdo emocional.

O mecanismo de proximidade (I) focaliza no que está próximo ao leitor pretendido, não somente de forma geográfica, mas também de forma cultural. Aproximar o leitor às pessoas ou ao evento ocorrido, faz com que as chances de impacto emocional aumentem, uma vez que a ideia de pertencimento e familiaridade estará presente. Linguisticamente, Ungerer apresenta os dêiticos, pronomes pessoais e determinantes, assim como advérbios locativos, como forma de aproximar leitor e notícia.

O segundo mecanismo, de animação (II), traz um princípio homocêntrico, de vida ou morte, em que o foco é o perigo ou a geração de vida. Tradicionalmente, o léxico relacionado a calamidades e nascimentos encontra-se como o principal recurso linguístico para tal impacto. Ungerer destaca ainda que as emoções são de caráter normalmente humano, sendo animais e objetos desprovidos de tais respostas, a não ser que estejam personificados.

Finalizando o primeiro conjunto de mecanismos linguísticos, a classificação/numeração (III), como o próprio nome já indica, focaliza no volume de pessoas afetadas por tais notícias, bem como classifica quais grupos de pessoas devem ser atingidas emocionalmente. Portanto, como meio linguístico tem-se o uso de numerais, expressões de quantidades e denominações. Naturalmente, à medida que o número/volume aumenta, o impacto emocional tende a ser mais forte. Um exemplo de tal aumento pode ser percebido em um cenário de calamidade em que um alto número de mortes acarreta uma possível maior resposta emocional. O autor ressalta, entretanto, que parece haver um limite de tal número, uma vez que ao ultrapassar a compreensão do leitor, a eficácia do mecanismo diminui e deixa de ser eficaz.

Considerando o segundo conjunto, o recurso de avaliação emocional (IV) proporciona avaliações baseadas em normas de determinada cultura, seja ela positiva, negativa ou mais específica. Linguisticamente, pode ser realizado por advérbios de comentários e itens lexicais positivos e negativos. Aqui, o contexto tem alto impacto no desenvolvimento das avaliações, e, portanto, deve ser conhecido profundamente pelo escritor/editor para que sua utilização seja eficaz.

A intensidade (V) de acordo com Ungerer exige que a notícia seja drástica, destacando os aspectos emocionalmente relevantes para que haja um impacto maior no leitor. As estratégias linguísticas perpassam complexos oracionais, fornecendo detalhes vívidos e conexões metafóricas com domínios emocionalmente estabelecidos, como a bíblia, por exemplo. O efeito intensificador de tais detalhes e metáforas faz com que o texto jornalístico tenha chances mais altas de ser impactante para sua audiência.

Por fim, o conteúdo emocional (VI) fecha o segundo conjunto de mecanismos linguísticos utilizados em notícias. Aqui, os relatos apresentam a descrição de aspectos emocionais do evento em si. Novamente, traz-se à tona a diferença das emoções descritas nas notícias e das emoções invocadas no leitor. Elas não necessariamente serão as mesmas, mas como destaca Ungerer, o ato de processar descrições emocionais dificilmente não resultará em algum tipo de resposta emocional.

Há de se considerar também os diferentes graus em que o leitor pode ser afetado, uma vez que não lhe atingirá aquilo que não lhe importa. Portanto, os diferentes mecanismos discutidos até aqui servem como estratégias jornalísticas que podem ser utilizadas de acordo com o objetivo que o autor/editor do jornal quer com sua audiência.

No que tange quais os tipos de emoções que podem ser invocadas e experienciadas pelos leitores, o autor do artigo destaca, com base em Johnson-Laird e Oatley (1989; 1992) e Ungerer (1995), as categorias básicas que podem ser observadas nos jornais ingleses e alemães analisados por ele, são elas: alegria/felicidade, desejo/amor, repugnância/ódio, raiva, tristeza e medo; dando destaque para categorias subjacentes frequentemente permeadas no contexto jornalísticos, como: vergonha, constrangimento, pena, orgulho e admiração. Tais categorias de emoções dependem fortemente das normas culturais de onde um texto é escrito e lido, desempenhando papel importante no impacto emocional das notícias.

Como forma de fechar seu texto Ungerer traz a discussão de como diferentes jornais fazem a utilização dos mecanismos linguísticos, dividindo-os entre jornais de qualidade e jornais populares. De acordo com a sua visão, os jornais considerados de qualidade são aqueles que enfatizam a função informativa das notícias, com destaque para os eventos que são importantes em termos de animação (II) e classificação/numeração (III), invocando emoções secundárias com base em normas culturais, como o sentimento de pena. Assim, tais jornais de qualidade não possuem como características pistas emocionais explícitas, como interjeições e adjetivos avaliativos, deixando as inferências emocionais para a capacidade avaliativa do leitor pretendido.

Por outro lado, os jornais ditos populares enfatizam os efeitos emocionais, utilizando dos mecanismos linguísticos mencionados de forma, muitas vezes, exagerada. Entre os mecanismos linguísticos mais utilizados por jornais populares estão o de proximidade (I), animação (II) e intensidade (V). O objetivo ao invocar respostas emocionais tende a ser de emoções básicas, como raiva e medo, fornecendo livremente ao longo de seu texto pistas emocionais evidentes para influenciar seu leitor.

O artigo de Ungerer apresenta-se como sendo uma primeira análise de textos jornalísticos e seus vieses emocionais. Como destacado pelo próprio autor, há necessidade de uma maior amostragem para que sua tese possa ser defendida com alguma confiança, bem como uma análise

utilizando textos jornalísticos com impactos emocionais menos óbvios, ao contrário de catástrofes, por exemplo.

Considerando que as emoções têm um forte impacto na comunicação, frequentemente interrompendo e gerando novos objetivos e planos, tendo consequências importantes para a interação social (SCHERER, 2005), a proposta de Ungerer em desvendar os mecanismos linguísticos utilizados em textos jornalísticos resultando em respostas emocionais torna-se extremamente relevante. Dessa forma, emoção e linguagem estão em conexão, uma vez que o sistema da emoção afeta a performance da língua e vice-versa (BAMBERG, 1997). A língua é, portanto, uma parte essencial dos fenômenos complexos da experiência do indivíduo (HALLIDAY, 2002).

A análise linguística realizada por Ungerer tem fortes bases no contexto de produção e consumo das notícias jornalísticas, o que se coaduna com a perspectiva da Linguística Sistêmico-Funcional (doravante LSF), em que o contexto está sempre determinando as escolhas linguísticas que constituem um texto e cabe ao escritor/falante selecionar esses elementos apropriados àquela situação, com determinados objetivos em mente (FUZER; CABRAL, 2014). Ainda corroborando com a ideia de Ungerer em suas análises, é através da língua e sua relação com o contexto e suas possibilidades de avaliações que se expressam sentimentos e posições, permitindo, assim, a adoção de valores ao filiar-se ou distanciar-se das comunidades de interesse associadas ao contexto (WHITE, 2004; MARTIN; WHITE, 2005).

Transpondo as categorias e mecanismos propostos por Ungerer para o contexto jornalístico brasileiro, pode-se perceber “a olho nu”, potenciais similaridades no uso de tais estratégias por diversos jornais e revistas nacionais com o intuito de causar determinada resposta emocional em seu leitor. Assim como destacado pelo autor, há diferentes tipos de abordagens considerando uma mesma notícia e variando de acordo com o veículo em que ela está sendo noticiada, bem como os recursos selecionados para obter um maior ou menor impacto em sua audiência.

Obviamente, deixa-se claro aqui que, para que possa ser afirmada tal comparação, bem como a confirmação das categorias propostas por Ungerer em relação ao contexto brasileiro, necessita-se de análises gramaticais mais profundas e de um *corpus* de análise estruturado. O objetivo da presente resenha vai muito além de expor as ideias desenvolvidas pelo autor do artigo, de que, sim, as emoções fazem parte do gênero jornalístico, tendo a capacidade de invocar determinadas emoções em seus leitores, mas também propor futuros estudos pautados pela teoria Linguística Sistêmico-Funcional, que por meio de suas ferramentas de análises, pode se tornar uma aliada ao revelar significados, avaliações e posicionamentos por meio das escolhas linguísticas realizadas.

Referências

BAMBERG, M. Language, Concepts, and Emotions: The role of language in the construction of emotions. In: **Language sciences**, v. 19, n.4, p. 309-340, 1997.

FUZER, C; CABRAL, S. R. S. **Introdução à Gramática Sistêmico Funcional em língua portuguesa.** São Paulo: Mercado de Letras, 2014.

GALTUNG, J.; RUGE, M. **Structuring and selecting news.** In: COHEN, S.; YOUNG, J. (ed). The manufacture of news. Social problems, deviance and the mass media. London: Constable, p.62-72, 1973.

GALTUNG, J.; RUGE, M. **On grammar.** J. Webster (Ed), v. 1 in the Collected works of M. A. K. Halliday. London: Continuum, 2002.

JOHNSON-LAIRD, P. N.; OATLEY, K. Basic emotions, rationality, and folk theory. In: **Cognition and emotion**, n. 6, p. 201-223, 1992.

MARTIN, J. R.; MATTHIESSEN, C. M. I. C.; PAINTER, C. **Deploying functional grammar.** Beijing: The Commercial Press, 2010.

MARTIN, J.; WHITE, P. R. R. **The language of evaluation: appraisal in English.** New York/Hampshire: Palgrave Macmillan, 2005.

SCHERER, K. R. What are emotions? And how can they be measured? In: **Social Science Information**, v.44, n.4, p.695-729, 2005.

UNGERER, F. **The linguistic and cognitive relevance of basic emotions.** In: DIRVEN, R.; VANPARYS, J. (ed). Current approaches to the Lexicon. Frankfurt: Lang, p.185-210, 1995.

UNGERER, F. Emoções e linguagem emocional nas notícias em inglês e alemão. In: CAVALCANTE, M. M; BRITO, M. (orgs). **Texto, discurso e argumentações:** traduções. 1 ed. Campinas/SP; Pontes editores, 2020.