UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOLOGIA E LÍNGUA PORTUGUESA

***Publimetro*: estudo das características discursivas nas notícias sobre
minorias veiculadas em um jornal gratuito.**

Laryssa da Silva Santos

Orientadora: Profª. Dra. Maria Lúcia da Cunha Victório de Oliveira Andrade

São Paulo

2012

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOLOGIA E LÍNGUA PORTUGUESA

***Publimetro*: estudo das características discursivas nas notícias sobre
minorias veiculadas em um jornal gratuito.**

Laryssa da Silva Santos

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa, do Departamento de Letras Clássicas e Vernáculos, da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Orientadora: Profª. Dra. Maria Lúcia da Cunha Victório de Oliveira Andrade

São Paulo

2012

Banca Examinadora

Ao meu irmão, Gustavo da Silva Santos, que sempre esteve presente durante todos os momentos difíceis e felizes de minha vida. Sem ele, nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me amparar nos momentos difíceis e por me dar forças para superar as dificuldades.

Agradeço imensamente à minha orientadora, Maria Lúcia C. V. O. Andrade que com muito carinho, dedicação, companheirismo, disponibilidade e paciência me auxiliou desde a graduação até a conclusão desta dissertação.

Aos membros de minha banca de qualificação, Profa. Dra. Elis de Almeida Cardoso Caretta e Profa. Dra. Vanda Maria da Silva Elias, pelas sugestões feitas durante o exame.

Agradeço muito à minha mãe e ao meu pai, meus principais incentivadores, pelo esforço que sempre fizeram para garantir meus estudos.

Ao meu namorado João Luiz Moreira pelo carinho, amor, e, principalmente, pela paciência.

Aos meus tios Cássio e Geni que, mesmo de longe, acompanharam com muito entusiasmo cada etapa deste trabalho.

À minha grande amiga Sileia Beniz Gonçalves, companheira de trabalho, pela ajuda e por sempre estar disposta a me ouvir.

À colega de orientação Rafaela Baracat Ribeiro pela preocupação em me ajudar e pelas sugestões durante todo o período de trabalho.

À diretora do Colégio Solução Daniela Quevedo Maia de Alencar, sem ela não seria possível a frequência nas atividades deste curso, ela sempre compreendeu a minha luta e a vontade de finalizar esta tese.

Às minhas amigas Amanda Valentin, Érica Lupiani Augusto, Letícia Monteiro e Sara Toledo pelas sugestões, críticas e conselhos.

À Priscila Oliveira Vieira pelo grande incentivo.

A todos os amigos e familiares que de alguma forma contribuíram para a realização desta dissertação.

Nenhum texto é uma peça isolada, nem a manifestação da individualidade de quem o produziu. De uma forma ou de outra, constrói-se um texto para, através dele, marcar uma posição ou participar de um debate de escala mais ampla que está sendo travado na sociedade (FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão, 2000).

RESUMO

SANTOS, Laryssa da Silva. *Publimetro*: estudo das características discursivas nas notícias sobre minorias veiculadas em um jornal gratuito. Dissertação de Mestrado (Programa de Pós-Graduação em Filologia e Língua Portuguesa). São Paulo: FFLCH/ USP, 2012.

Nesta dissertação, temos como escopo estudar, através das notícias, as características discursivas do jornal gratuito *Publimetro* (também conhecido como *Metro*). Nosso *corpus* abarca notícias de maio de 2008 a julho de 2011. Nosso principal objetivo está em analisar as notícias referentes a minorias sociais. Para isso, utilizaremos o Processo de Referenciação sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso. Apresentamos numa perspectiva histórica, os Gêneros Discursivos e o Jornalismo com o intuito de contextualizar o *corpus* e situar o leitor, fazendo-se dessa maneira uma análise sobre o gênero notícia e, por fim, a contextualização desse gênero no jornal em foco. Em seguida, discutimos o Processo de Referenciação sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, que associa a perspectiva sociológica e política sobre o jornalismo como discurso social e a atenção particular à linguagem e às suas escolhas de realização em atos de comunicação. E, finalmente, apresentamos a análise do *corpus*, com destaque para as escolhas lexicais utilizadas pelo enunciador e que revelam diretamente a sua opinião. Tais análises feitas nos permitem depreender que as expressões nominais remissivas funcionam como uma espinha dorsal do texto, que permite ao leitor/ouvinte construir, com base na maneira pela qual se encadeiam e remetem umas às outras, um “script” que irá guiá-lo para determinados sentidos contidos no texto e, conseqüentemente, para as leituras possíveis que, a partir dele, se arrojam. (cf. KOCH, 2005, p.46). Além disso, concluímos também que nem sempre o poder é exercido através de atos obviamente abusivos praticados por membros de um grupo dominante; antes, pode estar incorporado no grande número de ações consideradas rotineiras, como é tipicamente o caso de muitas formas de sexismo e de racismos cotidianos.

Palavras-chave: notícia; referenciação; gênero discursivo; jornalismo; discurso.

ABSTRACT

SANTOS, Laryssa da Silva. *Publimetro*: study of the discursive characteristics in the news about the minorities broadcasted in a free newspaper. Master's Degree Dissertation (Postgraduate Program in Philology and Portuguese). São Paulo: FFLCH/USP, 2012.

In this dissertation, we take as scope to study, through the news, the discursive characteristics of the free newspaper Publimetro (also known as Metro). Our *corpus* covers news from May 2008 to July 2011. Our main goal is to analyse the news referin to the social minorities. Therefore, we will use the Process of Referral under the perspective of Analytical Criticism of Speech. We present a historical perspective, the genres and journalism in order to contextualize the *corpus* and place the reader, thus making it a gender analysis of the news and, finally, the contextualization of this kind in the newspaper in focus. Next, we discuss the Process of Referral from the perspective of Analytical Criticism of Speech, which combines the political and sociological perspective on journalism as a social discourse and attention to language choices and their realization in acts of communication. And finally, we present the analysis of the *corpus*, with emphasis on the word choice used by the enunciator and reveal your opinion directly. Such analyzes allow us to conclude that the nominal expressions remissive work as a backbone of the text, which allows the reader / listener to build, based on the manner in which are connected and relate to each other, a "script" that will guide you for certain directions contained in the text and thus to possible readings that from him, flung themselves. (cf. KOCH, 2005, p.46). Moreover, we conclude also that not all the power is exercised through obviously abusive acts committed by members of a dominant group, but rather can be embedded in many actions considered routine, as is typically the case with many forms of sexism and everyday racism.

Keywords: news; referral; discursive genre; journalism; speech

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO 1 - GÊNEROS DISCURSIVOS E JORNALISMO.....	05
1.1 Gêneros discursivos: a perspectiva de Bakhtin.....	06
1.2 Jornalismo: Um breve percurso histórico.....	08
1.3 A trajetória histórica do Gênero Notícia	10
1.4 A linguagem jornalística	13
1.5 A Seleção Lexical	17
1.6 As características dos jornais gratuitos.....	20
1.6.1 O preconceito com os jornais gratuitos.....	28
1.6.2 A história do Jornal <i>Publimetro</i>	30
1.6.3 Características do Jornal <i>Publimetro</i> no Brasil	31
CAPÍTULO 2 - A ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO E O PROCESSO DE REFERENCIAÇÃO	34
2.1 A Análise Crítica do Discurso	34
2.1.1 Análise Crítica do Discurso: a perspectiva de Fairclough.....	35
2.2 Discurso e ideologia	37
2.3 Atores sociais	39
2.4 O Processo de Referenciação	41
2.5 Estratégias de construção da referência no gênero notícia.....	44
2.5.1 Construção da referência em jornais da elite	46
2.5.2 Construção da referência em jornais gratuitos	48
CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DO <i>CORPUS</i>.....	51
3.1 O Processo de Referenciação no Jornal <i>Publimetro</i>	51
3.2 Análise das escolhas lexicais (emprego dos substantivos).....	53
3.2.1 Análise das escolhas lexicais (emprego dos verbos)	64
3.3 Referência a dados estatísticos.....	72
CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85

INTRODUÇÃO

Nesta pesquisa, temos como escopo desenvolver um estudo sobre as características discursivas do jornal gratuito *Publimetro* (também conhecido como *Metro*). Para que seja possível entender e analisar o contexto atual do jornalismo impresso é pertinente fazer uma breve trajetória sobre a história do jornalismo, a construção da notícia e a linguagem jornalística.

O *corpus* utilizado, neste trabalho, abarca notícias de maio de 2008 a julho de 2011. Nosso principal objetivo está em analisar as notícias referentes a grupos de minoria. Para isso, utilizamos o Processo de referenciação, pois segundo Dias (2006, p.111) “diferentemente da comunicação face a face, em que os enunciadores podem controlar mutuamente a recepção dos enunciados, podendo intervir a qualquer momento na conversação em curso, na comunicação escrita”, o enunciador, nesse caso o jornalista, não dispõe da vantagem da presença do leitor à sua frente e, portanto, o texto que constrói deve prever um “leitor modelo capaz de cooperar na atualização textual como ele, (...) e de se mover interpretativamente tal como ele se moveu generativamente” (ECO, 1979, p.58). Em outros termos, podemos dizer que todo texto é produzido em função de alguém que, potencialmente, irá atualizar seus sentidos. Além disso, vale mencionar que a informação oferecida pelo jornal é, antes de tudo, um fato discursivo, isto é, de que a realidade se constrói no texto e pelo texto e de que o jornal tende a construir o seu próprio referente ou “opções de realidade”, como afirma Mosca (2002).

Para Koch (2003, p.40), a reativação de referentes no texto é realizada através da referenciação anafórica, formando-se, desta maneira, cadeias coesivas mais ou menos longas. Aquelas que retomam referentes principais ou temáticos percorrem em geral o texto inteiro. Esse tipo de remissão pode ser efetuado por meio de recursos de ordem “gramatical” ou por intermédio de recursos de natureza lexical, como sinônimos, hiperônimos, nomes genéricos, descrições definidas; ou ainda, por reiteração de um mesmo grupo nominal ou parte dele; e, finalmente, por meio da elipse.

Por vezes, a reativação de referentes, a partir de “pistas” expressas no texto, se dá via inferenciação. Pode-se inferir, por exemplo, o todo a partir de uma ou de algumas partes; um conjunto a partir de um ou mais subconjuntos; enfim, conhecimentos que fazem parte de um mesmo “frame” ou “script”, a partir de um ou vários de seus elementos explícitos na superfície textual (cf. KOCH, 2003, p.40).

Há também, a remissão para frente – catáfora – que se realiza preferencialmente através de pronomes demonstrativos ou indefinidos neutros (isto, isso, aquilo, tudo, nada) ou de nomes genéricos, mas também por meio das demais espécies de pronomes, de numerais e de advérbios pronominais (cf. KOCH, 2003, p.41).

Koch (2003, p.41) afirma que uma das formas de ativar ou reativar referentes são expressões nominais definidas do referente. Ora, o uso de uma expressão definida implica sempre a escolha dentre as propriedades ou qualidades que caracterizam o referente, escolha esta que será feita de acordo com aquelas propriedades ou qualidades que, em dadas situações de interação, em função dos propósitos a serem atingidos, o produtor do texto tem interesse em ressaltar, ou mesmo tornar conhecidas de seu(s) interlocutor(es).

Baseando-nos no estudo de Mosca (2002), podemos afirmar que o jornal não fala do mundo, mas participa da produção da imagem que todos nós compomos da realidade e do cotidiano, devendo-se também considerar que a própria realidade se vê condicionada por um imaginário coletivo, portanto, envolvida por uma leitura simbólica. Destarte, a produção ideológica se apresenta com um processo formal, remetendo a fenômenos discursivos tais como enunciação, estratégias discursivas, configurações discursivas do leitor, escolhas de figuras, portanto, ao nível propriamente do texto. São estratégias discursivas que constroem tanto o efeito de objetividade como o de subjetividade, como destaca Mosca (2002):

Podemos produzir um texto que pareça ser objetivo, ocultando-se as intervenções subjetivas, neutralizando-as, deslocando suas fontes de emissão. Nada mais manipulador, que a impessoalidade do discurso, o distanciamento que transmite ao leitor a ilusão de um “fazer verdadeiro”, levando a crer (2002).

Na condição de discurso social, o editorialista assume o dever de falar em nome do povo, da população, cultivando as formas cristalizadas, o uso de clichês facilmente identificáveis, como forma de estabelecer um elo entre os dois polos do ato comunicativo, representando, assim, o senso comum.

Para alcançar os objetivos aqui propostos, acreditamos que o dispositivo que dará conta de nossas questões é a Análise Crítica do Discurso (PONTES, 2005, p.219) que “associa a perspectiva sociológica e política sobre o jornalismo como discurso social e a atenção particular à linguagem e às suas escolhas de realização em atos de comunicação”.

Para Van Dijk (1987), um dos primeiros investigadores a proceder estudos comparados sobre o discurso jornalístico, a produção da peça jornalística deve ser analisada principalmente em termos de processamento cognitivo de textos, num contexto que dê conta

de transformações discursivas construtoras da sua legitimidade, da produção à sua compreensão: como se passa das palavras propagandísticas de uma figura pública ou da linguagem institucional de um comunicado de imprensa para a linguagem jornalística e como se orienta esta para o leitor.

O resumo é a expressão de macro-estruturas cognitivas sobre o que é mais relevante, conseguido por processos de supressão, de generalização e de “construção” que vão estruturar o título e o *lead* da peça noticiosa. A supressão elimina detalhes ou informação tendo em conta pressupostos de conhecimento: a generalização procura termos comuns, elementos similares, a “construção” da palavra ou expressão que melhor defina o que se passou. Por sua vez, as transformações locais operam-se pela supressão, adição e permuta de posições decorrentes de critérios de relevância e de substituição, e a reformulação estilística e retórica do texto, por substituição, recurso a subentendidos, comparações e metáforas, não se tratando já da transformação direta dos textos provenientes de fontes, mas da criação de novos textos.

Outro investigador desta área é Norman Fairclough (1992) que distingue relações intertextuais, entre textos de um mesmo gênero, de relações interdiscursivas, entre textos de diferentes formações discursivas. Destaca, assim, relações entre campos de enunciados não só no que é expresso mas também quanto a seus contextos situacionais, e de que modo a variação dos contextos afeta o que é dito ou escrito. Acentua a atenção às relações interpessoais definidas pelo texto, às práticas discursivas pelas quais um texto é construído, interpretado e distribuído socialmente, e às práticas sociais, em particular relações do discurso com o poder e ideologia.

Por fim, Pontes (2005) afirma que uma perspectiva crítica hoje comporta o contributo para desmistificar aquilo que se neutralizou na epistemologia do jornalismo: o “faro da notícia”, a ideia de que é tanto mais notícia o que é raro e que tem interesse humano. Para evidenciar o que é notícia, terá que estar presente a dimensão ideológica, os modelos sobre a sociedade e os seus consensos.

A fim de envolver todos esses estudos, dividimos esta dissertação em três capítulos. No primeiro, tratamos, numa perspectiva histórica, dos Gêneros discursivos e do Jornalismo com o intuito de contextualizar o *corpus* e situar o leitor, fazendo-se dessa maneira uma análise sobre o gênero notícia e, por fim, a contextualização desse gênero no jornal em foco. No segundo capítulo, discutimos o Processo de Referenciação sob a perspectiva da Análise Crítica do Discurso, que associa a perspectiva sociológica e política sobre o jornalismo como discurso social e a atenção particular à linguagem e às suas escolhas de realização em atos de comunicação. E, por fim, no terceiro capítulo, apresentamos a análise do *corpus*, com

destaque para as escolhas lexicais utilizadas pelo enunciador e que revelam diretamente a sua opinião.

CAPÍTULO 1 – GÊNEROS DISCURSIVOS E JORNALISMO

Pesquisar gêneros é fundamental no campo jornalístico, configurando sua identidade como objetivo científico, segundo John Merrill (cf. MELO, 2003, p.41), sistematizando processos sociais naturais à captação, registro e difusão da informação. Portanto, o estudo dos gêneros jornalísticos integra-se à compreensão das "propriedades discursivas" criadas por Todorov (cf. MELO, 2003, p.41), uma linha para descrever as características das mensagens (forma/conteúdo/temática) e analisar as relações socioculturais (emissor/receptor), políticas (instituição jornalística/Estado) e econômicas (mercantis/movimentos sociais), completando o jornalismo.

Para a identificação dos gêneros, é preciso observar o ambiente em que se encontra. José Martinez de Souza (cf. MELO, 2003, p.42) confirma esse quadro ao mencionar a falta, natural, de unificação do jornalismo mundial, citando o exemplo da imprensa norte-americana que utiliza somente os gêneros *comments* e *story*, ao passo que a latina utiliza mais de dois gêneros. Sendo assim, a discussão nos deixa a superposição entre gênero e categoria, incipiente de atividades sociais transformadoras na época. Atualmente, essa superposição não é aceita, havendo então um diálogo entre categorias e gêneros.

Observando a bibliografia dos estudos acerca do jornalismo é possível notar um especial interesse no assunto por parte dos europeus e latino-americanos, enquanto os norte-americanos demonstram baixa atenção a essas questões epistemológicas ou taxionômicas, empregando esforços na descrição e interpretação dos processos jornalísticos, deixando a questão de gêneros em segundo plano.

1.1 Gêneros discursivos: a perspectiva de Bakhtin

Neste trabalho tomamos por base a noção de gênero do discurso elaborada por Bakhtin. Para esse autor, o homem é um ser sócio-histórico, isso quer dizer que o estudo da linguagem só é possível na interação, já que a análise da linguagem não pode ser realizada separando-a do sujeito. Portanto, para Bakhtin, o estudo da língua só acontece no enunciado concreto, quando realmente há a interação entre o *eu* e o *outro*. Ele afirma que o emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana.

Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo temático e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas acima de tudo, por sua estrutura composicional (BAKHTIN, 2006, p.261).

Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua na sociedade elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais são denominados gêneros do discurso.

O autor ainda atesta que todo enunciado, seja oral, escrito, seja primário, secundário, ou qualquer campo da comunicação discursiva é individual, e por esse motivo reflete a individualidade do autor. Nessa perspectiva, notamos o estilo individual do autor em seu enunciado, embora ele esteja inserido numa esfera social.

Os enunciados e seus tipos, isto é, os gêneros discursivos, são correias de transmissão entre a história da sociedade e a história da linguagem. “Nenhum fenômeno novo (fonético, léxico, gramatical) pode integrar o sistema da língua sem ter percorrido um complexo e longo caminho de experimentação e elaboração de gêneros e estilos”. “Onde há estilo há gênero” (BAKHTIN, 2006, p.268).

Quanto à palavra, Bakhtin afirma que enquanto unidade da língua a palavra é neutra, conseqüentemente pode-se dizer que qualquer palavra existe para o falante em três aspectos: como palavra da língua neutra e não pertencente a ninguém: como palavra alheia dos outros, cheia de ecos de outros enunciados; e por último, como minha palavra. A partir do momento em que faço uso da palavra em uma situação determinada, num contexto próprio, nesse instante ela possui o estilo individual do enunciadador (escritor/falante). Destarte, a palavra surge da realidade concreta, nas reais condições de uso, isso também vale para a oração. Ou seja, enquanto unidade da língua tanto a frase

quanto a oração não dizem nada, são neutras. Conforme Bakhtin (2006, p.296): “A oração enquanto unidade da língua possui uma entonação gramatical específica e não uma entonação expressiva. [...] A oração só adquire entonação expressiva no conjunto do enunciado”. Logo, o elemento expressivo é uma peculiaridade muito importante da linguagem e está presente somente no enunciado. O autor enfatiza que para o enunciado existir deve-se levar em consideração o antes e o após, ou seja, ele tem que ser visto com ecos e ressonâncias de enunciados dos outros. Então, por mais monológico que seja o enunciado, sempre traz nele uma resposta de algo que já foi mencionado sobre aquele objeto. Bakhtin afirma que a nossa própria ideia surge da interação dos pensamentos dos outros.

Outro aspecto importante é o direcionamento, isto é, temos que levar em consideração o destinatário, até que ponto ele conhece o assunto, isso é necessário para que possa ocorrer a total compreensão do assunto, ou seja, que possua um real entendimento do enunciado.

1.2 Jornalismo: um breve percurso histórico

O autor José Marques de Melo fornece dados históricos importantes a respeito da formação do sistema de troca de informações que hoje conhecemos como imprensa. Fatores como o aumento populacional, a diminuição das distâncias geográficas - graças a meios de transportes mais agéis e baratos - e ao surgimento e consolidação do capitalismo europeu são fundamentais para o desenvolvimento da imprensa.

Houve então, a partir desses acontecimentos, uma necessidade social, política e econômica de um meio de comunicação que pudesse atender a sociedade, para a rápida troca de informações e ideias. Inicialmente, o surgimento de pequenas gazetas nos séculos XV e XVI atendendo, sobretudo aos habitantes das cidades e aos governantes. Após esse momento, os comerciantes da época precisavam de informações técnicas para a gestão de seus negócios e, por fim, os governantes buscavam acesso e forneciam comunicados para o ambiente político.

Formas rudimentares, que ainda não se encaixavam no jornalismo que conhecemos hoje, eram feitas na Europa. O conteúdo dessas gazetas, segundo Olson (cf. MELO, 2003, p.20), era "descrever um crime, uma catástrofe, batalha ou morte importante, evitando notícias políticas e relatando apenas trivialidades, elaboradas para o divertimento solitário do leitor, de modo a escapar, por via das dúvidas, da censura oficial". Portanto, a base desses textos era um conjunto de expressões tipográficas aleatórias que não possuíam uma regularidade ou periodicidade como os meios de comunicação de hoje. Vale ressaltar que a opção de não periodicidade era uma forma de escapar da censura estabelecida na época. Segundo Rizzini (cf. MELO, 2003, p.21), atividades jornalísticas em Portugal só aconteceram de forma sólida após a Revolução do Porto ocorrida no século XIX, ilustrando como a censura pressionava e impedia o avanço do jornalismo.

Diante dessa realidade, duas vertentes existiam, a primeira clandestina, funcionando à parte da legalidade e aprovação da censura, feita de forma artesanal e a oficial, sendo aprovada pelo Estado, com um conteúdo obsoleto de notícias estrangeiras, insentas de críticas ao governo e com um cunho político e autoral inexistente.

Após esse momento de controle, surge na França, em 1788, um decreto estabelecendo uma liberdade de imprensa, ainda que não completa, oferecendo um ambiente favorável para o surgimento de novos periódicos. Contudo, para a circulação

desses periódicos havia a necessidade de pagamento de impostos de valor considerável, conhecido como imposto do timbre, limitando o crescimento das atividades.

Após a tomada do controle do Estado pela burguesia, eliminando a censura prévia, mas tomando para si o controle das notícias, houve o favorecimento dos próprios negócios e jogos políticos. Apesar disso, o fim da censura proporcionou uma atividade de troca de ideias, defendendo pontos de vistas e expressão de opiniões. Outra vertente de um jornalismo mais informativo e ausente de opiniões próprias também obteve êxito, sendo aprovado pela burguesia e não arcando com o custo de enfrentá-la, como o jornalismo opinativo.

No século XIX, o jornalismo informativo assume a posição maciça dentro da sociedade americana, tornando-se um produto mercantil como qualquer outro, ou seja, um negócio que exigia rentabilidade financeira. Com esse quadro, o jornalismo opinativo não desaparece, mas tem seu espaço reduzido, encaixando-se dentro dos editoriais.

Durante este período, os donos dos jornais advertiam severamente os jornalistas que insistiam em defender suas opiniões com a seguinte observação: *se você quer escrever o que pensa, compre um jornal*. Para o público, apregoava-se o mito da imparcialidade e objetividade do texto jornalístico, que busca encobrir os verdadeiros interesses das empresas e suas alianças econômicas e político-ideológicas (LUSTOSA, 1996, p.72-grifo do autor).

O autor acrescenta ainda que essa técnica veio atender, também, às exigências da sociedade urbana da época, “quanto ao atendimento de suas necessidades de informação”. E coincide, inclusive, com o início dos cursos de jornalismo, em nível universitário, uma vez que “o jornalismo passou a utilizar uma técnica que exigia um treinamento específico” (p.73).

1.3 Trajetória histórica do Gênero Notícia

Notícias: 1.Fato ou acontecimento verdadeiro, novo, inédito, interessante e atual, que é comunicado a uma audiência de massa. 2. Narrativa de um fato que deve ser afixado em ordem decrescente de interesse e de maneira impessoal - Gênero do Jornalismo 3.Conhecimento de um fato novo (ALGAR, 1977, p.138)

Segundo Pessoa (2004, p.569) encontramos duas tendências na história do jornalismo: a informação e a opinião. Para alguns autores, no início teria sido a opinião que prevalecia, mas devido à censura, a informação começou a ganhar projeção. Para Beltrão (1980, p.58), por exemplo, as folhas volantes, que antecederam os jornais modernos, eram opinativas. Somente depois com influência e controle da igreja passaram a ser informativas. Lombardi confirma essa posição:

O jornal tinha, portanto, se transformado profundamente não era mais unicamente uma folha de apelos dirigidos para a consciência em rápido amadurecimento, não apenas espaço para discussões literárias reservadas a círculos culturais restritos, mas sim instrumento de divulgação de novos conhecimentos através da notícia que chegava à redação como auxílio dos novos meios de comunicação. (apud PESSOA, 2004, p.569).

Para outros autores, entretanto, parece que o jornal teve seu início como imprensa de informação, evoluindo para a de opinião. Segundo Sodré (1999, p.260), o primeiro jornal informativo a aparecer no Brasil foi o *Diário do Rio de Janeiro*, de 1821. Esse jornal inseria informações particulares e anúncios: aquelas tratavam de furtos, assassinatos, demandas, reclamações, divertimentos, espetáculos, observações meteorológicas, correios. Estes tratavam de escravos fugidos, opinião, como se lê a seguir:

... assim que imprensa de informação evoluiu para uma imprensa de opinião e que um jornalismo passou a concorrer com a mera redação de avisos... Os jornais passaram de meras instituições publicadoras de notícias para serem porta-vozes da opinião pública, cheios de luta política... (apud PESSOA, 2004, p.570).

É pertinente dizer que, no passado, os gêneros discursivos se misturavam, havendo uma separação nítida entre a informação e a opinião. Vale mencionar também que, com a transformação capitalista da informação em objeto de venda, o texto noticioso passou a incorporar procedimentos e técnicas do marketing, como explica Lage (1999):

As notícias eram, até a Revolução Industrial, relatos de acontecimentos importantes – para o comércio, os meios políticos, as manufaturas. Muito rapidamente, com a conquista do grande público, passaram a ser artigos de consumo, sujeitos a acabamento padronizado, embalados conforme as técnicas de marketing (p.33).

O percurso de constituição do gênero notícia leva a uma especialização ou racionalização que procura separar nitidamente esses dois tipos de discursos. Esse percurso vai se traduzir na escolha das formas lingüísticas. Para se entender a direção da especialização que esse gênero tomou, devem ser examinadas as perspectivas: conteúdo, direção e forma.

Conteúdo:

Na década de 60 do século XIX, a própria aparência dos jornais era bastante diferente daquela dos anos 60 do século XX. Segundo Bradley (apud Pessoa, 2004, p.571), a primeira página raramente ostentava grandes títulos, mas quase sempre continha anúncios. Percebe-se, então, que a notícia equivale ao anúncio e o anúncio de fugas de escravos, por exemplo, é o gérmen da notícia policial atual, porque a informação não tinha o objetivo de satisfazer uma necessidade do público, mas oferecer uma recompensa.

Técnica:

Segundo Lage (1999), a notícia é sabidamente uma narrativa, mas atualmente o objetivo do jornalista não é simplesmente narrar o acontecido, mas expô-lo. Isso pressupõe a seleção e a ordenação dos eventos, principalmente. É aí, que reside a nova técnica. Novos progressos nos transportes e nas comunicações tornaram possível a transmissão rápida das notícias e cada inovação era utilizada pelos jornais. A notícia havia se transformado. Os jornais começaram a ser, realmente, veículos de notícias e não transmissores de opiniões pessoais ou políticas.

Forma:

O estilo jornalístico se caracteriza, segundo Amaral, por ser claro, direto, conciso, fácil e acessível a qualquer leitor. Para se alcançar uma boa redação no jornal, recomendam-se frases breves, palavras curtas, verbos de ação na ativa. Os períodos longos devem ser evitados a todo custo, o estilo direto aludido se traduz pela construção de frases na ordem sujeito, verbo, complemento. Amaral (1997, p.45) refere-se a Joseph Folliet, que, em 1961 defendia a separação entre opinião e informação, apelando para os

instrumentos lingüísticos dessa separação: “o menos possível de adjetivos e advérbios, o fato ou acontecimento deve falar sozinho, o leitor que o julgue.”

Cabe dizer que atualmente devemos levar em conta o espaço que uma notícia pode ter dentro da página do jornal impresso, principalmente dentro dos jornais gratuitos, que têm objetivo de fazer com que o leitor fique informado em curto espaço de tempo. Os editores-chefe muitas vezes são os responsáveis pela publicação das notícias, por isso elas podem aparecer reduzidas para dar lugar a um anúncio de uma grande empresa e, com isso, o jornalista não tem o tempo ou espaço para tratar do assunto com mais detalhes.

1.4 A linguagem jornalística

A notícia é incluída, nos manuais de jornalismo, no gênero informativo. Esse gênero da linguagem jornalística tem como característica crucial relatar e descrever um fato de maneira clara, inédita, objetiva e do interesse do público. A notícia, enquanto gênero jornalístico é comumente confundida com a reportagem. Sodré e Ferrari (1986, p.32) afirmam que a fronteira entre esses dois gêneros é tênue, “principalmente quando as notícias trazem a informação contextualizada”. Eles ressaltam ainda, que o importante é perceber os tipos de discursos dos dois gêneros, de acordo com a finalidade a que se propõem. Os autores associam a reportagem a um tipo de narrativa, que se constitui em uma extensão da notícia, “discursivamente trabalhada”. Noticiar é, portanto o relato do fato, cabendo a análise para a reportagem, que é mais detalhista e interpretativa.

O que é notícia? Para reduzir a definição ao mínimo possível, diríamos que *a notícia é a técnica de relatar um fato*. Para sermos ainda mais concisos, diríamos simplesmente que a notícia é o relato, não o fato (LUSTOSA, 1996, p.17, grifo do autor).

A notícia também enuncia, segundo os autores, quando tenta reproduzir os fatos, realizando-os para o leitor, ou seja, “traz os fatos para um enunciado, isto é, exprime a manifestação desses fatos através de um discurso: não se percebe que há alguém narrando; mais parece que os acontecimentos têm vida própria e se exibem diante do leitor”(SODRÉ; FERRARI, 1986, p.21). Eles destacam também que “a notícia ainda poder ser um pronunciamento a respeito de um fato ou tema” (p.24). Ora, um pronunciamento a respeito de um fato, por natureza, já um apresenta posicionamento, um ponto de vista a respeito do fato, o que já seria suficiente para negar o aspecto objetivo da notícia defendido por muitos dos estudiosos aqui apontados. Os autores acrescentam, ainda, que a notícia pode ter um caráter de denúncia e que não só “o teor do discurso pode denunciar, mas também, a disposição gráfica das notícias” (p.31).

Embora possa ter essas mesmas funções, a reportagem diferencia-se da notícia pela abrangência e extensão e por possuir características próprias de discurso e modos de enunciação. Segundo Sodré e Ferrari (1986, p.15) a reportagem é o gênero que tem por características “predominância da forma narrativa; humanização do relato; texto de natureza impressionista, objetividade dos fatos narrados” e acrescentam:

Diretamente ligada à emotividade, a humanização se acentuará na medida em que o relato for feito por alguém que não só testemunha a ação, mas também participa dos fatos. O repórter é aquele “que está presente”, servindo de ponte (e, portanto diminuindo a distância) entre o leitor e o acontecimento. Mesmo não sendo feita em 1ª pessoa, a narrativa deverá carregar em seu discurso um tom impressionista que favoreça essa aproximação. Além disso, os fatos - e as referências a que estão ligados – serão relatados com precisão, garantindo, mais ainda, a verossimilhança (p.15).

Para Bond (apud MALAGON, 1977, p.40) a notícia é o relato de um fato ou acontecimento de interesse geral da humanidade. O autor acrescenta que a melhor notícia é aquela que interessa ao maior número de leitores.

Segundo Erbolato (1991, p.14) ainda não se tem uma definição satisfatória do que é notícia, os teóricos dizem como ela deve ser e não como é de fato. Os manuais de redação acrescentam que a notícia deve responder a seis perguntas básicas *Quem? Quê? Quando? Onde? Por quê? Como?* São esses os elementos básicos que constituem a notícia e que, geralmente, estão resumidos no *lead*, o primeiro parágrafo. Segundo, os manuais, o *lead* poder ser escritos de várias formas, de acordo com o elemento que ele queira valorizar.

No que tange à organização do texto, os manuais ainda sugerem duas técnicas básicas de apresentação das matérias. A primeira, chamada de pirâmide invertida, consiste em iniciar a notícia pelos fatos mais culminantes (*lead*), seguidos pelos fatos importantes ligados à entrada, pormenores interessantes e detalhes dispensáveis. Na outra técnica, chamada de literária, o esquema é o seguinte: detalhes na introdução, fatos de crescente importância e culminantes (desenvolvimento) e desenlace (conclusão). Os jornais aconselham o uso da pirâmide invertida, como indica o Manual d’*O Estado de S. Paulo*.

Ainda conforme, os Manuais de redação, há regras e palavras que devem ser obedecidas pelos jornalistas na produção desse gênero. Defendem também a objetividade e a imparcialidade no texto jornalístico, em especial, na notícia. O locutor deve, portanto, isentar-se da responsabilidade pelo dito e conseguir maior aceitação da notícia pelo seu público-leitor.

De acordo com o Manual de Redação da Folha de S. Paulo “a busca da objetividade jornalística e o distanciamento crítico são fundamentais para garantir a lucidez quanto ao fato e seus desdobramentos concretos” (FOLHA DE S. PAULO, 2002, p. 22).

Nos estudos de Semântica Argumentativa, Ducrot (1988, p.17) destaca que o uso da impessoalidade é uma estratégia argumentativa que pretende isentar de responsabilidades o locutor, ou ainda, escondê-lo por trás da máscara da impessoalidade. Trata-se, portanto, de uma estratégia argumentativa, entre tantas outras, que são empregadas e caracterizam o gênero do discurso jornalístico.

Na visão de Lage (2001, p.34), a produção de textos jornalísticos pressupõe restrições do código linguístico. A redução do número de itens léxicos, como palavras e expressões, e de regras operacionais não apenas facilita o trabalho, como também permite o controle de qualidade. Para esse autor, o jornalismo não é, porém, mais um gênero literário. Enquanto na literatura, a forma é compreendida como portadora, em si, de informação estética, no jornalismo a ênfase desloca-se para os conteúdos, para o que é informado. O jornalismo propõe-se a processar informação em escala industrial e para consumo contíguo, as variáveis formais, portanto, devem ser reduzidas.

O texto jornalístico tem como objetivo conter informação conceitual, para isso, deve-se suprir usos lingüísticos pobres, como clichês, frases feitas da linguagem cartorária. Sua descrição não se pode limitar ao fornecimento de fórmulas rígidas, porque elas não dão conta da variedade de situações encontradas no mundo objetivo e tendem a envelhecer com rapidez.

Do ponto de vista da eficiência da comunicação, o registro coloquial seria sempre o escolhido. É mais acessível para as pessoas de pouca escolaridade e, mesmo para as que estudaram ou lidam constantemente com a linguagem formal, permite mais rápida fruição e maior expressividade. No entanto, o registro formal é uma imposição de ordem política, esteja ou não na lei. A pressão social valoriza o seu emprego e qualifica de erro todo desvio. A conciliação entre esses dois interesses (comunicação eficiente e aceitação social) resulta na restrição fundamental a que está sujeita a linguagem jornalística: ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal. Esta conceituação pode ser aplicada em qualquer época ou região, permitindo a adaptação da linguagem às mudanças que a língua sofre.

A comunicação jornalística é, por definição, referencial, isto é, fala de algo no mundo exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. Na linguagem jornalística, a explicação ou definição dos termos tem como único objetivo permitir a compreensão do conteúdo.

A situação corrente em jornalismo é a de um emissor falando a grande número de receptores. Tais receptores formam um conjunto disperso e não-identificado, cujo conhecimento só é possível por amostragem estatística. Por isso, *os adjetivos testemunhais e as aferições subjetivas devem ser eliminados*. A norma, portanto, é substituir expressões subjetivas por dados que permitam ao leitor ou ouvinte fazer sua própria avaliação. Além disso, vale dizer, que na linguagem jornalística, o uso da primeira pessoa deve ser abolido, pois o foco está no fato ocorrido e não na experiência do repórter ao entrar em contato com a situação ou, até mesmo, os sentimentos do jornalista em relação aos fatos. O uso da primeira pessoa fica, portanto, cabível apenas aos editoriais e artigos de opinião. A respeito do uso da 3ª pessoa como uma característica da referencialidade, trata-se de mais um dos recursos utilizados, no texto jornalístico, para garantir a pretensa objetividade, por essa razão é tão recomendado nos manuais de redação.

Grillo (2001, p.31) acrescenta, ainda, que o aspecto de neutralidade deve ser levado em conta, por isso “a exclusão da primeira pessoa”. Para a autora, o discurso jornalístico caracteriza-se por sua completude e didaticidade, visando a assegurar a compreensão de um leitor não-conhecedor dos fatos relatados.

A busca de enunciados mais referenciais, concretos, justifica muito do trabalho na apuração de notícias e isso causa no texto um *efeito de realidade*, que contribui para a verossimilhança da história.

1.5 A seleção lexical

Os manuais jornalísticos insistem, de modo geral, no uso de vocabulário simples, acessível, de uso atual. Segundo Medina (1988, p.124), “a informação jornalística tende a reconstruir os usos coloquiais da realidade da fala e a necessidade de atingir o nível-massa em maior escala leva a uma seleção de vocabulário médio das grandes camadas e a recusar o léxico de grupos especializados”.

Quanto ao uso do código, na construção da mensagem, o emissor não escolhe livremente de seu estoque nem o léxico, nem as estruturas sintáticas, “dois filtros limitam e condicionam a sua possibilidade de escolha: as condições concretas da comunicação e os caracteres temáticos e retóricos do discurso, isto é, o tipo de texto” (CALÇADA, 1996, p.853). Para a autora, toda organização textual ficará determinada pelo universo do discurso, tal universo que compreende dados situacionais, como a natureza oral ou escrita da mensagem, a organização do espaço da comunicação, as imagens e situações que se constroem, os sujeitos enunciadorees que se constroem, os sujeitos enunciadorees e as restrições temático-retóricas.

Para Lage (2001, p.37) o primeiro critério de registro de linguagem diz respeito ao fato de o texto jornalístico ser escrito em um registro intermediário entre o formal e o informal, com o intuito de atender tanto aos leitores que dominam apenas o registro informal, que “do ponto de vista da eficiência e da comunicação” seria o mais preferível, como a “imposição de ordem política” do registro formal da língua.

A conciliação entre esses dois interesses – de uma comunicação eficiente e de aceitação social – resulta na restrição fundamental a que está sujeita a linguagem jornalística: ela é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal. (LAGE, 2001, p.38, grifo do autor).

Os manuais de redação dos jornais seguem a mesma concepção de Lage, conforme afirma Nascimento (2009, p.63), e sugerem esse registro intermediário a seus repórteres e redatores, como podemos ver no Manual de Redação e Estilo de *O Estado de S. Paulo*:

A simplicidade é a condição essencial do texto jornalístico. Lembre-se que você escreve para todos os tipos de leitor e todos, sem exceção, têm o direito de entender qualquer texto, seja ele político, econômico, internacional ou urbanístico [...]

O estilo jornalístico é um meio-termo entre a linguagem literária e a falada. Por isso, evite tanto a retórica e o hermetismo como a gíria, o jargão, o coloquialismo. (MARTINS FILHO, 1997, p.15).

Deve-se ressaltar ainda que, no que tange ao critério do processo de comunicação, Lage enfatiza o caráter referencial da linguagem jornalística, cujo objeto é a descrição de fatos.

A linguagem jornalística é, por definição, referencial, isto é, fala de algo no mundo, exterior ao emissor, ao receptor e ao processo de comunicação em si. Isto impõe o uso quase obrigatório da terceira pessoa. As exceções são poucas: reportagens-testemunho, algumas crônicas, textos intimistas para grupos restritos (LAGE, 2001, p.39).

O autor afirma, ainda, que a busca de “enunciados mais referenciais” através de dados concretos como a hora exata de um acontecimento, o nome inteiro das pessoas, etc., têm o objetivo de criar um efeito de realidade no texto.

Nascimento (2009, p.59) assinala que vários têm sido os questionamentos da Teoria de Comunicação Social sobre a relação da referencialidade do texto jornalístico, em especial da relação linguagem-fato. Os estudiosos não só reconhecem que essa relação é superficial como também falam da impossibilidade da representação do fato na linguagem.

Lage (2001, p.43) chama a atenção para a escolha lexical, apontando para os valores subjetivos da língua. Destaca que o importante, neste campo, é que as posições sejam tomadas conscientemente – quando se pensa na consequência das escolhas em séries como “soldado, guerrilheiro, terrorista, governante, líder, ditador, guarda-costas, guarda de segurança”. No entanto, ainda, mantém uma posição restrita ao afirmar que “a melhor expressão é a que o redator domina, não a que impõe valores”

De acordo com Nascimento (2009, p.60), a linguagem é por natureza subjetiva, ou seja, argumentativa (conforme DUCROT, 1988, p.50) e isso nos faz crer que a pretensa objetividade ou imparcialidade do texto jornalístico é apenas uma construção e estratégia textual que permite ao locutor do texto comprometer-se em maior ou menor grau com relação ao que está sendo relatado. Vale dizer ainda que, para Ducrot, as próprias palavras da língua já são dotadas de um valor argumentativo. Assim, ao escolher uma palavra, o locutor do texto já está dando uma direção ao seu discurso, afinal, as palavras são dotadas de valores.

A ideologia das notícias não se limita apenas ao conteúdo e ao estilo dos textos, também inclui a captação de notícias, as fontes de informação, a interação entre os

jornalistas e demais profissionais da imprensa e a organização de suas atividades. Vale ressaltar também que as ideologias profissionais e sociais dos jornalistas controlam quem será investigado, analisado, entrevistado, portanto, as diversas atividades que definem as notícias e a realização de um jornal diário ou de uma revista semanal se baseiam nas ideologias dos atores sociais que participam como membros de grupos sociais diversos. Infere-se, portanto, que as escolhas lexicais, utilizadas pelo enunciador, revelam diretamente a sua opinião, portanto não podemos dizer que os textos são totalmente imparciais.

1.6. As características dos jornais gratuitos¹

Durante os anos 80 tentou-se inserir no mercado os jornais gratuitos como, por exemplo, *O Século*, mas somente anos depois este tipo de tabloide obteve êxito. Em maio de 1996, o *Jornal da Região* abriu o caminho que, cinco anos depois em moldes distintos, o *Destak* trilharia.

Paulo Parracho, diretor do *Jornal da Região*, revelou que, ao longo de doze anos no mercado, o título “tentou ao máximo alargar a faixa de leitores”, pretendendo alcançar um público “urbano, ativo e com poder de compra”. Este perfil, descrito por todos os gratuitos de maior tiragem, não deveria ser, pela lógica, o do comprador da imprensa tradicional. No entanto, a tendência é para uma diminuição do número de leitores nos pagos. Como tal, “há que levar a leitura e a informação a quem deixou de comprar”, assinalou o responsável. Uma leitura diferente faz João Bonzinho, diretor do *Sexta*, para quem “as grandes cidades têm hoje um conjunto de pessoas ativas com um poder de compra bem inferior ao que seria desejável” e os gratuitos pretendem “estimulá-las a ler, a desenvolver um maior desejo de estarem informadas”. Para Luís Rebola, diretor de marketing do *Metro*, o que se verifica é, antes, um desajustamento: “A vida acelerada dessas pessoas não lhes permite ler jornais com tanta profundidade”. “A generalidade dos pagos não se moldou à evolução de uma sociedade em que o ritmo de vida das pessoas durante a semana é incompatível com páginas e páginas de notícias demasiado longas”, considera, por seu lado, Francisco Pinto Barbosa, um dos três sócios do *Destak* e do *Meia Hora*. A profundidade e a extensão das notícias na imprensa tradicional são, efetivamente, avaliadas de forma distinta no segmento dos gratuitos.

¹ Informações obtidas do site <http://www.clubedejornalistas.pt> (Último acesso em 05/10/11)

*“Há que levar a leitura
e a informação a quem deixou
de a comprar”*

PAULO PARRACHO, DIRECTOR DO
JORNAL DA REGIÃO

Enquanto João Bonzinho – que dirige um título detido pelos diários Público e A Bola – defende que “os jornais pagos oferecerão sempre o que os gratuitos jamais conseguirão: um trabalho mais profundo”, Luís Rebola, entende que “a imprensa tradicional nunca deixará de ter muitos artigos de opinião, pouco interessantes para quem tem pouco tempo para ler”. E Francisco Pinto Barbosa defende que os leitores que procuram notícias resumidas “são, por vezes, os mais exigentes, já que não têm tempo a perder com informação excessiva”, enquanto Luís Rebola acredita que as notícias sintéticas podem conquistar até os leitores mais difíceis de contentar.

Perante o crescente número de gratuitos, alguns diários pagos passaram, no âmbito de campanhas temporárias, a ser oferecidos em hipermercados ou estações de serviço – estratégia que não é vista pelos responsáveis dos gratuitos como resposta ao êxito destes órgãos, como explica o gráfico abaixo:

“Um gratuito não é um jornal tradicional a custo zero; aposta num modelo editorial, operacional e comercial distinto”, esclarece Francisco Pinto Barbosa. Também Luís Rebola destaca que o conceito de gratuito “é mais alargado”, pelo que “não basta mudar os pontos de distribuição e começar a oferecer o que antes era vendido”. Para Paulo Parracho, essa “não será a melhor estratégia para afirmar a qualidade dos jornais pagos”. “Como leitor, sinto-me defraudado ao comprar o Público num posto de venda de um centro comercial e depois chegar ao balcão do hipermercado associado ao mesmo e deparar com essa edição a ser distribuída gratuitamente”, declarou. Na opinião do diretor do *Jornal da Região*, face ao difícil cenário da imprensa tradicional, os produtos tenderão a ser mais específicos. “Ou seja, se quiser determinada publicação de especialidade, terei de pagar por ela”. E os órgãos generalistas? “Provavelmente deixarão de ter compradores”. Para Francisco Pinto Barbosa, os pagos terão “de justificar melhor o preço que cobram pela sua informação”, pois, “se for idêntica à que está disponível gratuitamente, vão continuar a perder leitores”. O diretor do *Sexta* faz outra análise. Se estiver em causa apenas a notícia pura e simples, o “digest” de cada dia, a comunicação telegráfica, “o caminho era, há muito, o de não pagar por essa informação”. “Mas julgo que sobreviverão sempre os jornais pagos que acrescentarem o comentário, a análise cuidada e aprofundada, a reportagem no local, a opinião”, declarou João Bonzinho.

Francisco Pinto Barbosa, do *Destak* e do *Meia Hora*, detidos em parte pela Cofina, que possui títulos pagos como o *Correio da Manhã*, não vê nos gratuitos apenas uma ameaça aos convencionais, pois, como estes também procuram captar a população ativa e

com poder de compra, visando nomeadamente aos mais jovens e às mulheres, “os gratuitos, ao criarem hábitos de leitura nestas faixas, podem vir a contribuir para uma maior penetração dos pagos”. Uma lógica próxima da expressa pelo diretor do *Global Notícias*, para quem “o gratuito é o produto mais transversal da imprensa”. “Não fizemos um jornal para canibalizar os outros títulos da Controlinveste, mas para funcionar como alavanca, como motivador para a sua leitura”, afirma Silva Pires, explicando que a redação do *Global Notícias* “são as redações do *DN*, do *JN*, do *Jogo...*”

“Um gratuito não é um jornal tradicional a custo zero; aposta num modelo editorial, operacional e comercial distinto.”

FRANCISCO PINTO BARBOSA, SÓCIO DO
DESTAK E DO MEIA HORA

Segundo a Mediamonitor, em 2007 os gratuitos de maior tiragem faturaram, no seu conjunto, quase 70 milhões de euros em publicidade. Números expressivos no espaço ocupado pelos anúncios. De acordo com o estudo “Imprensa sob pressão – As dinâmicas competitivas no mercado da imprensa escrita portuguesa entre 1985 e 2007”, que o OberCom publicou em 2008, o *Metro* e o *Destak* destinam à publicidade uma média de 40,9% e 41,8% das suas edições, ficando, ainda assim, longe da *Dica da Semana*, que lidera com 80,4%.

Francisco Pinto Barbosa disse existir, efetivamente, o cuidado de “não ultrapassar um rácio de 40%” nos jornais de que é sócio. Até porque, sendo o leitor, enquanto destinatário indireto da publicidade, quem “sustenta o modelo de negócio”, ele tem de ser “bem servido do ponto de vista editorial”. Isto ainda que os leitores tenham a noção de que “o jornal tem de ser pago por alguém, já que lhes foi oferecido”, como explicou o diretor de marketing do *Metro*, Luís Rebola. Mas, havendo um encaixe publicitário elevado e não sendo os custos de distribuição avultados, por que razão as redações dos gratuitos são tão diminutas ou até inexistentes? Silva Pires ponderou: “Do ponto de vista romântico, faz sentido um jornal investir os ganhos da publicidade na criação de postos de trabalho, mas do ponto de vista prático as coisas são diferentes”. Para o diretor do *Global Notícias*, ainda que este gratuito tivesse uma redação própria, “não era por empregar meia dúzia de jornalistas que deixaria de haver excesso destes profissionais no mercado”.

Entre 2006 e 2007 a explosão de títulos gratuitos abarcou todos os setores, do âmbito nacional ao regional, dos generalistas aos especializados em áreas como a saúde, o desporto, as personalidades do social ou as viagens. Todavia, e como era de esperar, a sorte não sorriu a todos. O *Diário Desportivo* – que fechou portas em Agosto de 2007, após três mudanças de diretor – foi o caso mais mediático de um gratuito que não sobreviveu. Porém, outros periódicos têm enfrentado dificuldades e os que não se extinguíram estão em fase de descanso. Lançada em Dezembro de 2005 e dedicada só ao futebol, a publicação *Ripa na Rapaqueca* mudou de nome e formato em Janeiro de 2007, dando lugar ao *Ripa Desporto*, semanário que passou a abranger várias modalidades. Resistiu até a segunda quinzena de Dezembro de 2007, mas “a publicidade da Santa Casa da Misericórdia – que pagava e impressão das quatro edições do mês – não foi suficiente para manter o projeto”, contou José Carlos Soares, antigo diretor do semanário. “Era necessária uma estrutura muito forte na área comercial”, explicou o responsável, segundo o qual está por decidir se o jornal vai ser retomado, “embora seja difícil fazê-lo na atual conjuntura”.

Uma preocupação partilhada por José Roberto Ferreira, ex-diretor do *MundÁfrica*, gratuito suspenso em meados de 2007, poucos meses após ter surgido. Criado em Fevereiro do ano passado com periodicidade mensal, o *MundÁfrica* pretendia chegar a semanário. Com enfoque na Lusofonia, o jornal era distribuído em transportes públicos e nos locais de maior concentração da população africana.

A “aceitação foi boa” mas “houve muita dificuldade em angariar publicidade, dado não existir um grande grupo por detrás”, explicou José Roberto Ferreira. Remando contra

a maré, o mentor do jornal não aceita a sentença de morte e planeja relançá-lo em Junho, “assim que se consigam mais anunciantes”. A repensar os moldes do projeto está igualmente Antônio Veríssimo, proprietário, editor e diretor do *Gazeta Popular*, com sede em Mira. O gratuito regional, distribuído no triângulo formado por Aveiro, Coimbra e Figueira da Foz, deu à estampa cinco edições, até 29 de Fevereiro deste ano. “O *Gazeta Popular* voltará a sair em 20 de Junho, pois está a ser constituída uma sociedade com empresários que irá inovar a publicação”, assegurou Antônio Veríssimo. De acordo com o responsável, o jornal, que começou como quinzenário, “vai ter periodicidade mensal a partir de Junho e deve voltar a sair de quinze em quinze dias em Setembro”.

Segue abaixo um quadro com as principais informações sobre os mais importantes gratuitos noticiosos, juntamente com os principais gratuitos portugueses.

RETRATO DOS PRINCIPAIS GRATUITOS NOTICIOSOS

Publicação
Lançamento	06/Maio/1996	21/Setembro/2001	11/Janeiro/2005	06/Junho/2007	10/Setembro/2007	26/Outubro/2007
Propriedade	Publeregões (Impresa)	Metro News (59% Cofina)	Transjornal (66% Empresa sueca Metro Internacional e 35% Media Capital)	Metro News (59% Cofina)	Controlinveste	VIPU ACE (50% Público [Sonaecom] e 50% A Bola [Sociedade Vicra Desportiva])
Director(a)	Paulo Parracho	Isabel Stilwell	Luís Pimenta	Sérgio H. Coimbra	Silva Pires	João Bonzinho
Descrição do órgão e público-alvo	Semanário metropolitano de proximidade; investe no conteúdo sobre as zonas onde é distribuído e visa as classes A, B e C1	Diário ³ generalista, destina-se a jovens (18-35) urbanos com pouco tempo para ler e poder de compra (classes A, B e C)	Diário para um público entre os 18 e os 40 anos, urbano, ocupado, com instrução acima da média e rendimentos médio-altos	Diário que privilegia Política, Economia e Internacional e se dirige aos quadros médios e superiores e às classes A e B	Diário generalista de feição popular e sem restrições de classes que pretende captar leitores no trajecto casa/trabalho	Semanário generalista pensado para a população activa e urbana das classes B e C
Distribuição geográfica	Terça-feira em Sintra, quarta-feira na Amadora e em Cascais, quinta-feira em Almada e Oeiras e sexta-feira em Lisboa ²	Lisboa, Porto, Braga, Guimarães, Coimbra, Aveiro, Leiria e Setúbal	Aveiro, Braga, Coimbra, Évora, Faro, Guimarães, Leiria, Lisboa, Porto e Setúbal e localidades em redor destas cidades ⁴	Grande Lisboa e Grande Porto.	Áreas Metropolitanas de Lisboa e Porto	Grande Lisboa e Grande Porto e cobertura nacional como encarte do Público e de A Bola
Canais de distribuição	Nas caixas de correio em zonas residenciais, em transportes públicos (com excepção de Lisboa) e em expositores de zonas comerciais e estabelecimentos abertos ao público	Rede assente em estações de comboio, estações de metro, semáforos, centros comerciais e zonas de grande fluxo	Na rua, em semáforos, em comboios, em centros comerciais da Sonae, parques de estacionamento da Emel, Emparque e Bragaparkes e no Metropolitano de Lisboa. Em 102 universidades, em clínicas, edifícios de escritórios e ginásios	Rede gourmet e rede de escritórios, complementada por selecção dos principais semáforos nas zonas de escritórios de Lisboa e Porto. Tem mais de 100 promotores e acções exclusivas em cerca de 50 táxis lisboetas	Distribuição de rua, expositores em universidades, hospitais, centros de saúde e escritórios; parceria com Caixa Geral de Depósitos, ginásios Vivafit, cinemas Castello Lopes, centros comerciais Dolce Vita e Multi Mall Management, Rodoviária de Lisboa, IPJ e Movijovem	Via parceiros institucionais (Público e A Bola) e parceiros estratégicos: as 33 lojas Continente e as 84 lojas Galp Gest; tem ainda distribuição de rua na Grande Lisboa e Grande Porto
Equipa redactorial (não inclui cartoonistas nem gráficos) ¹	1 director, 1 chefe de redacção, 10 colaboradores	1 directora, 2 editores-executivos, 1 subeditora, 8 jornalistas, 3 estagiários, 2 fotógrafos, 1 revisora, 1 colaboradora, 1 assistente de redacção	1 director, 1 editora-executiva, 3 editoras, 10 jornalistas, 2 fotógrafos, 1 editora de fecho, 25 colaboradores, 1 secretária de redacção	1 director, 1 chefe de redacção, 2 editoras, 2 coordenadores, 7 jornalistas, 1 revisora, 3 colaboradores, 1 assistente de redacção	1 director, 2 editores-executivos, 1 assistente de redacção; não tem redactores próprios, pois reaproveita conteúdos dos outros órgãos do grupo	1 director, 1 director-adjunto, 4 jornalistas, 1 colaborador, 1 secretária de redacção
Vínculos laborais dos jornalistas	50% efectivos e 50% a recibo verde, segundo a empresa	90% efectivos e 10% a contrato, apurou a JJ	80 a 90% efectivos e restantes a contrato, apurou a JJ	Não foi possível apurar dados	Todos efectivos, segundo a empresa	62,5% efectivos, 25 % a contrato, 12,5% a recibos, segundo a empresa

NOTAS: 1) Dados de Abril de 2008, de acordo com as fichas técnicas dos títulos. 2) O Jornal da Região, remodelado em Setembro de 2005, chegou a ter dezena e meia de edições locais. 3) O Destak passou de semanário a diário em 2004 e apostou na internacionalização em Julho de 2006, com a criação do Destak São Paulo. 4) O Metro está presente em 23 países, mais de 100 grandes cidades e é publicado em 18 línguas, tendo a edição portuguesa – que teve números experimentais a 30 e 31 de Dezembro de 2004 – sido eleita a melhor de 2007 pela Metro Internacional.

AMOSTRA DE GRATUITOS PORTUGUESES

Publicação	Sede	Caracterização	Tiragem	Redacção ¹
Sintra	Mensário de saúde	42.000	2 redactores
Lisboa	Revista semanal de informação médica	7.700	3 redactores e 6 colaboradores
Almada	Revista mensal de animais de estimação	50.000	2 colaboradores
Lisboa	Revista mensal de cursos, escolas e profissões	70.000	2 redactores e 2 colaboradores
Carnaxide	Semanário de cultura universitária	35.000	4 redactores e 2 estagiárias
Lisboa	Revista mensal de tendências	25.000	26 colaboradores
Lisboa	Revista mensal de moda e cultura urbana	20.000	15 colaboradores
Porto	Semanário automóvel	80.000 ²	8 redactores/colaboradores
Lisboa	Diário económico	26.300	11 redactores
Pontinha	Quinzenário cultural	10.000	18 redactores/colaboradores
Funchal	Diário regional	15.000	26 redactores
Câmara de Lobos	Diário regional	21.777	8 redactores e 1 estagiária
Braga	Semanário local	10.000	2 redactores e 7 colaboradores
Famalicão	Semanário local	15.000	4 redactores
Aveiro	Semanário regional	7.500	2 redactores e 2 colaboradores
Marinha das Ondas	Quinzenário regional	5.000 ²	2 redactores e 4 colaboradores
Covilhã	Quinzenário regional	20.000	3 redactores
Lisboa	Mensário local	30.000	2 colaboradores ²
Seixal	Semanário local	15.000	2 redactores e 10 colaboradores
Quinta do Conde ³	Mensário local	2.500	1 redactor e 7 colaboradores
Quinta do Conde ³	Quinzenário local	7.500	4 redactores e 4 colaboradores
Quinta do Conde ³	Semanário local	10.000	4 redactores e 1 estagiária

NOTAS: 1) Na categoria "redacção" figuram redactores e colaboradores. Não se incluem chefias, que por vezes coincidem com os proprietários e não redigem peças, nem colunistas, que em regra escrevem gratuitamente. 2) As informações da tabela datam de Março e foram retiradas das fichas técnicas dos jornais, excepto as tiragens do Semanauto e do Ler Grátis e a redacção do Jornal de Lisboa, facultadas pelas direcções dos títulos. 3) Para dar uma ideia deste vasto universo, a

1.6.1 O preconceito com o jornal gratuito²

Na visão dos editores deste gênero de imprensa há discriminação em gratuitos locais e regionais. As organizações representativas da imprensa apresentam duas desconformidades em relação à nossa realidade que as tornam inaptas para nos representar ou defender. A Associação Portuguesa de Imprensa, nomeadamente, não está vocacionada para a imprensa local e regional, pois reúne pequenos e grandes, ficando sujeita ao maior peso institucional destes últimos. E, talvez mais importante, trata-se de uma associação composta por publicações pagas que discrimina e até hostiliza os gratuitos, procurando neles o bode expiatório para os problemas da imprensa em Portugal. A defesa e a promoção da imprensa gratuita local e regional, o que se traduz em contrariar a ideia de que os gratuitos são, por definição, projetos editoriais menos conceituados do que os pagos. É errado medir o valor de um órgão pelo fato de ter ou não preço de capa ou pela maior ou menor dependência da publicidade. Devido a esse estigma, há inúmeros bons jornais locais e regionais prejudicados por serem gratuitos, quando deviam ter o elogio e até o apoio ou incentivo da sociedade e do Estado.

Francisco Alves Rito, presidente da APIG (Associação Portuguesa de Imprensa Gratuita) declara que os jornais gratuitos, por não precisarem ser vendidos, não utilizam de métodos sensacionalistas, como se encontra constantemente em jornais pagos. Para ele, a imprensa gratuita faz muito mais sentido no plano regional e local, que é onde se registram as maiores vantagens diretas (criação de jornais empresarialmente mais sólidos, com geração de mais riqueza, emprego e desenvolvimento) e indiretas (aumento dos índices de leitura e aprofundamento da democraticidade) para os gratuitos na comparação gratuito/pago. Salvo exceções, os jornais locais têm vendas em banca meramente residuais, por isso não são verdadeiros meios de comunicação social, não chegam às pessoas. Os gratuitos têm índices de eficácia comunicacional inegavelmente superiores, como comprovam os estudos de audiências.

² Informações obtidas do site <http://www.clubedejornalistas.pt> (Último acesso em 05/10/11)

“Quem incentiva a leitura não são os jornais de venda em banca, que fazem a distribuição grátis à custa do porte-pago, mas os gratuitos, que têm tiragens muito maiores e suportam do seu bolso a entrega aos leitores.”

Segundo o Bareme Imprensa Regional da Marktest, os títulos da rede Losango Mágico surgem em “posição destacada” (sic) nos distritos de Lisboa e Setúbal, em que operam. Porém, o Estado tem tido um papel pseudo-regulador deste mercado, desincentivando o espírito empreendedor dos gratuitos e protegendo os tradicionais, acomodados e subsídio-dependentes. Trata-se de uma política caduca que penaliza o mérito e desbarata recursos públicos com base num falacioso incentivo à leitura. Quem incentiva a leitura não são os jornais de venda em banca, que fazem a distribuição grátis à custa do porte-pago, mas os gratuitos, que têm tiragens muito maiores e suportam do seu bolso a entrega aos leitores. “Infelizmente e com a obstinada posição do PS e a cumplicidade activa do PSD e do CDS, esse problema ficou ‘arrumado’ a contento dos patrões com o novo Estatuto do Jornalista, mas o Sindicato contesta a situação e pretende vê-la invertida pelo Tribunal Constitucional”, declarou. No Estatuto ficou grafado que, se o jornalista for assalariado, o seu trabalho pode ser reproduzido em qualquer órgão da mesma empresa ou grupo; se não tiver uma relação de trabalho, a empresa não o pode fazer, exceto se tal estiver expressamente previsto no contrato de prestação do serviço. “Mas a verdade é que os correspondentes e outros ditos colaboradores estão numa situação frágil e não ousam levantar problemas”, assinala o presidente do Sindicato.

Entre as situações que a estrutura sindical considera abusivas conta-se a do Global Notícias, título gratuito da Controlinveste que reformula e publica peças de órgãos pagos do grupo (DN, JN, O Jogo, 24 Horas, etc) sem proceder a “retribuição suplementar”, assinalou o líder sindical.

1.6.2 A história do jornal *Publimetro*

No cotidiano cada vez mais acelerado das grandes cidades, quem tem tempo de ler um jornal extenso e tradicional? E para nós, que vivemos conectados em rede, qual o

sentido de pagar para receber informação? A melhor resposta a essas perguntas foi dada em 1995 por uma empresa sueca que criou a primeira edição do *Metro*. Um jornal para ser lido rapidamente, com alta qualidade gráfica e jornalística e que, de “quebra”, era entregue gratuitamente, logo de manhã, na rede de transportes de Estocolmo.

A fórmula era perfeita para um público jovem e qualificado, que não tinha o hábito de ler diariamente os jornais tradicionais. Os mesmos jovens que começaram a se interessar pela tripla revolução que sacudiu os anos 90 com a popularização da televisão a cabo, da telefonia celular e da internet.

Em pouco tempo o *Metro* começou a se espalhar pela Europa. Depois pelo resto do mundo. E enquanto os jornais tradicionais mergulhavam na pior crise de sua história, o tablóide gratuito remava contra a corrente, transformando-se num dos mais revolucionários fenômenos de mídia deste início do século XXI.

Com 500 jornalistas espalhados por 21 países, o *Metro* oferece uma grande rede de correspondentes nas principais cidades do mundo. Mais do que notícias, eles trazem informações únicas. Enquanto o *Metro* Milão busca nos manter em dia com o mundo da moda, por exemplo, o *Metro* Helsinki visa antecipar as próximas tendências da telefonia celular. Mas apesar de pensar globalmente, o *Metro* age aqui e agora. Ele é um jornal local, um veículo da cidadania.³

1.6.3 Características do jornal *Publimetro* e sua edição no Brasil

Como toda boa ideia, a receita do *Metro* é simples. Começa com um elaborado resumo das principais notícias locais, nacionais, internacionais. “A esses assuntos que também recheiam os noticiários da televisão, rádio, jornais e internet, os editores do *Metro* adicionam histórias de interesse direto de seus leitores, que não aparecem na mídia tradicional”, ressalta Ricardo Lenz, presidente da publicação. Segundo ele, o jornal tem diagramação diferenciada e pode ser lido rapidamente, num tempo médio estimado de dezessete minutos. “O perfil do leitor do *Metro* é o de uma pessoa dinâmica, urbana, que está em trânsito, se dirigindo ao trabalho, faculdade ou academia e que precisa ganhar tempo”, explica.

³ Informações obtidas no site www.publimetro.band.com.br/ (último acesso 12/07/2009)

O diretor editorial diz que, como empresa e como publicação, o *Metro* segue o mesmo padrão de seus congêneres de outros países: uma operação enxuta (são apenas 16 pessoas na Redação, todas multifuncionais) e idênticos projetos gráfico e editorial. “Apostamos na qualidade gráfica, pois, além de bonito, tem excelente impressão, que não suja as mãos; nem parece jornal. Em termos de conteúdo, vamos trazer o resumo das principais notícias do dia, como os demais diários, mas teremos muitas matérias exclusivas para o nosso público-alvo. É claro que não trataremos de Macroeconomia, mas, sim, do que ‘pega no bolso’. Na área internacional, buscaremos curiosidades, enfoques originais, coisas que primeiro prendam a atenção do leitor, para depois tratarmos do básico”, exemplifica ele.

O jornal tem tiragem de 150 mil exemplares e é distribuído gratuitamente, geralmente nos principais cruzamentos da cidade de São Paulo, nos dias úteis, desde 7 de maio de 2007. Em agosto de 2008, o editor-chefe do jornal, Renato Essenfelder, afirmou à revista *Imprensa* que previa aumentar em 25 mil exemplares a tiragem diária do jornal ao longo do segundo semestre, o que só não aconteceu antes porque a capacidade das duas gráficas que imprimem o jornal já estava esgotada.

A proposta de distribuição gratuita do jornal é descrita assim por Pelle Tornberg, ex-CEO da Metro International: "O Metro informa de maneira rápida, sem perda de tempo e se as pessoas não querem mais pagar pela informação, então vamos oferecê-la de graça."

Sua primeira manchete no Brasil foi "Virada Cultural acaba em pancadaria na Sé". De acordo com o presidente do *Metro* no Brasil, Ricardo Lenz, a versão paulistana foi "o melhor lançamento do grupo no mundo". O jornal tem feito sucesso, a ponto de ser disputado nos pontos de entrega. Em 12 de abril de 2008, estreou a edição de fim de semana, distribuída aos sábados, com datas de sábado e domingo, tratando apenas da vida cultural da cidade. Em outubro de 2009 atingiu sua maior tiragem, 550 mil cópias. A partir da primeira semana de outubro de 2010 passou a circular também no Rio de Janeiro, com tiragem de 190 mil cópias. Em 2011 começou a circular também nas cidades de Curitiba (27 de abril) e Belo Horizonte (28 de setembro).

O diretor editorial do *Metro* afirma que, para a equipe, o principal desafio foi o aprendizado da humildade jornalística. “Tivemos que reaprender muita coisa. Por exemplo, se o *Estadão* fizer uma notícia que interessa ao nosso público, no dia seguinte a

gente repercute e dá o crédito da matéria, coisa impensável em outro tipo de veículo. Não competimos com o *Estadão*”, garante Ricardo⁴.

⁴ Informações obtidas no *site* www.publimetro.band.com.br (último acesso em 13/07/2011)

CAPÍTULO 2 - A ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO E O PROCESSO DE REFERENCIAÇÃO

2.1 A Análise Crítica do Discurso

Segundo Van Dijk (2008, p.114), a Análise Crítica do Discurso é um tipo de investigação analítica discursiva que estuda principalmente como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são apresentados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político. Com essa investigação, os analistas críticos do discurso tem como objetivo compreender, desvelar e, em última instância, opor-se à desigualdade social

A investigação crítica do discurso precisa cumprir uma série de requisitos para poder efetivamente concretizar seus objetivos. A ACD concentra-se, principalmente, nos problemas sociais e nas questões políticas, no lugar de paradigmas correntes e modismos. Ao invés de apenas descrever estruturas do discurso, a ACD procura explicá-las em termos das propriedades da interação social e, especialmente, de estrutura social e, além disso, tem como foco os modos como as estruturas do discurso produzem, confirmam, legitimam, reproduzem ou desafiam as relações de poder e de dominação na sociedade.

ACD tem como objetivo analisar e revelar o papel do discurso na re(produção) da dominação. Dominação entendida como exercício do poder social por elites, instituições nos grupos, que resulta em desigualdade social, onde estão incluídas a desigualdade política, cultural e a que deriva da diferenciação e discriminação de classe, de raça, de sexo e de características étnicas (cf. VAN LEEUWEN, 1997, p.25). Especificamente, os analistas críticos do discurso querem saber quais as estruturas, estratégias ou outras propriedades do texto, falado ou escrito, da interação verbal ou dos acontecimentos comunicativos em geral, que desempenham um papel nestes modos de reprodução. E embora, estejam conscientes da importância das estratégias de resistência e desafio no seio das relações de poder e dominação (c.f. por exemplo, FAIRCLOUGH, 1990) e, portanto, da importância da sua análise e da inclusão dessa análise numa teoria mais alargada do poder, do contra - poder, e do discurso, a abordagem crítica tem, até agora, preferido concentrar-se nas elites e nas estratégias que estas põem em funcionamento para a manutenção da desigualdade.(cf. VAN LEEUWEN, 1997, p.26).

Uma noção central na maioria dos trabalhos críticos sobre o discurso é a de poder e, mais especificamente, de *poder social* de grupos ou instituições. Se controlar o discurso é uma das principais formas de poder, controlar as mentes das pessoas é a outra forma fundamental de reproduzir a dominação e a hegemonia (VAN DIJK, 2008, p.121). Dentro da perspectiva da ACD, o “controle da mente” envolve muito mais do que a mera aquisição de crenças sobre o mundo através do discurso e da comunicação. Os receptores de discursos tendem a aceitar crenças, conhecimento e opiniões através do discurso produzido por aqueles que são considerados fontes autorizadas, confiáveis ou críveis, tais como acadêmicos, peritos, profissionais, bem como meios de comunicação de confiança. Há situações em que os participantes são obrigados a ser receptores do discurso, como na educação e em muitas situações de trabalho.

2.1.1 Análise Crítica do Discurso: a perspectiva de Fairclough

Fairclough tem seu estudo baseado na lingüística funcional de Halliday, teoria que considera a linguagem na forma como ela é configurada pelas funções sociais que deve atender. Para ele a localização teórica da ACD está em ver o discurso como um momento de prática social, sabendo que todas as práticas incluem os seguintes elementos: atividade produtiva, meios de produção, relações sociais, identidades sociais, valores culturais, consciência e semioses, Pedrosa (2008) afirma que esses elementos se acham relacionados dialeticamente, isto é, não são elementos discretos, embora sejam diferentes.

Seguindo Fairclough (1992, p.161), a ACD pode ser definida como:

A ACD é a análise das relações dialéticas entre as semioses (incluindo a linguagem) e outros elementos das práticas sociais. Sua particular preocupação se centra nas mudanças radicais que têm lugar na vida social contemporânea, no modo em que figura a semiose nos processos de mudanças, e nas mudanças na relação existente entre as semioses e outros elementos sociais pertencentes às redes de práticas (FAIRCLOUGH, 1992, p.161).

Pedrosa (2008, p.127) destaca, em conformidade com Fairclough, as práticas sociais que são construídas de maneira concreta, em forma de redes, constituem uma ordem social. O autor explica que “O aspecto semiótico de uma ordem social é o que podemos chamar uma ordem do discurso. A ordem do discurso é uma maneira em que as diferentes

variedades discursivas e os diferentes tipos de discurso são postos juntos na rede” (FAIRCLOUGH, 1992, p.183).

O objetivo de Fairclough é a mudança discursiva em relação à mudança social e cultural. Como as mudanças ocorrem em eventos discursivos, as origens, as motivações imediatas que as geram no evento comunicativo estão nas problematizações das convenções para os produtores ou intérpretes, o que pode ocorrer de diversas formas.

No que tange à dimensão textual do discurso, Pedrosa (2008, p.128) destaca que as mudanças deixam marcas no texto que podem ser mesclas de estilo formais e informais, vocabulários técnicos e não-técnicos, marcadores de autoridade e familiaridade, formas sintáticas típicas da escrita e da oralidade etc. Segundo a autora, quando a mudança é estabelecida, não é mais percebida pelos intérpretes como uma “colcha de retalhos”, estabelecendo-se novas hegemonias no discurso.

O discurso é, portanto, tanto um modo de ação como um modo de representação e ainda é tanto moldado como restringido pela estrutura social. Para Fairclough (1992, p.91), “os eventos discursivos específicos variam em sua determinação estrutural segundo o domínio social particular ou o quadro institucional em que são gerados”. Conclui-se, então, que o discurso é uma prática de representação e de significação do mundo, constituindo e construindo esse mundo em significado.

Fairclough sugere uma análise tridimensional para trabalhar com o discurso, explicando que qualquer evento ou exemplo de discurso pode ser considerado, simultaneamente, um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social. Para atender a esse modelo tridimensional, Pedrosa (2008, p.129) aponta que deverão ser consideradas três perspectivas analíticas, a multidimensional, a multifuncional e a histórica: a primeira para avaliar as relações entre mudança discursiva e social e, também, para relacionar as propriedades particularizadas de textos às propriedades sociais de eventos discursivos; a segunda, a multifuncional, para averiguar as mudanças nas práticas discursivas que contribuem para mudar o conhecimento, as relações e identidades sociais; finalmente, a histórica, para discutir a “estruturação ou os processos ‘articulatórios’ na construção de textos ou na constituição, em longo prazo, de ‘ordens de discurso’” (FAIRCLOUGH, 1992, p.27).

A análise de um discurso, tomado como exemplo particular de prática discursiva, focaliza os processos tanto de produção e de distribuição como de um consumo textual. Esses processos são sociais, portanto exigem referência aos ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares, nos quais o discurso é gerado.

Pedrosa (2008, p.129) afirma, ainda, que a produção e o consumo são, parcialmente, de natureza sociocognitiva. Essa afirmação se justifica porque ambas são práticas que abrangem processos cognitivos de produção e interpretação textual que, por sua vez, são fundamentados nas estruturas e nas convenções sociais interiorizadas. Portanto, nessa perspectiva, os textos funcionam como traços do processo de produção e pistas do processo de interpretação.

2.2 Discurso e ideologia

Como sabemos, o discurso possui uma estrutura e é através dela que conseguimos distinguir um texto de um não-texto. Enquanto o discurso é a materialização das formações ideológicas, sendo, por isso, determinado por elas, o texto é unicamente um lugar de manipulação consciente, em que o homem organiza, da melhor forma possível, os elementos que estão a sua disposição para veicular seu discurso.

O texto é, portanto, individual, enquanto o discurso é social. Há um nível grande de liberdade no campo da textualização, enquanto, no nível discursivo, o homem está preso aos temas e às figuras das formações discursivas existentes na formação social em que está inserido.

Segundo Edward Lopes (apud FIORIN, 2004, p.41) todos os discursos têm uma “função citativa” em relação a outros discursos, por isso, ele não é único e irrepetível. Por ser determinado pelas formações ideológicas, o discurso cita outros discursos. O enunciador é o suporte da ideologia, vale dizer, de discursos, que constituem a matéria-prima com que elabora seu discurso: “Seu dizer é a reprodução inconsciente do dizer de seu grupo social. Não é livre para dizer, mas obrigado a dizer o que seu grupo diz” (2004, p.42).

O mesmo discurso pode aparecer em diferentes tipos de texto, a liberdade de textualizar é muito grande, estando condicionada apenas pelos processos modelizantes de aprendizagem, ou seja, pela tradição textual. O discurso é, pois, o lugar das coerções sociais, enquanto o texto é o espaço da “liberdade” individual, como destaca Lopes (2004, p.42): “combinando uma simulação com uma dissimulação, o discurso é um trapaça, ele simula ser meu para dissimular que é do outro”.

É pertinente dizer que no discurso há o campo da manipulação consciente e o da determinação inconsciente. A sintaxe discursiva é o campo da manipulação consciente. Neste, o falante abre mão de estratégias argumentativas e de outros procedimentos da sintaxe discursiva para criar efeitos de sentido de verdade ou de realidade com vistas a convencer seu interlocutor. O falante organiza sua estratégia em função de um jogo de imagens: a imagem que ele faz do interlocutor, a que ele pensa que o interlocutor tem dele, a que ele deseja transmitir ao interlocutor etc. É em razão desse complexo jogo de imagens que o falante usa certos procedimentos argumentativos e não outros.

Fiorin (2004, p.18) destaca que embora a sintaxe seja o campo da manipulação consciente, pode-se, em virtude de hábitos adquiridos ao longo da aprendizagem lingüística, utilizar-se de maneira inconsciente. Este campo, avaliado pelo autor, é o campo das determinações inconscientes, é a semântica discursiva, pois o conjunto de elementos semânticos habitualmente usados nos discursos de uma dada época constitui a maneira de ver o mundo numa dada formação social. Esses elementos surgem a partir de outros discursos já construídos, cristalizados e cujas condições de produção foram apagadas. Esses elementos semânticos, assimilados individualmente pelo homem ao longo de sua educação, constituem a consciência e, por conseguinte, sua maneira de pensar o mundo.

Todo conhecimento está comprometido com os interesses sociais, declara Fiorin (2004, p.27), esse fato dá uma dimensão maior ao conceito de ideologia; ela é uma “visão de mundo”, ou seja, o ponto de vista de uma classe sobre a realidade, a maneira como uma classe ordena, justifica e explica a ordem social, portanto há várias visões de mundo numa dada formação social quantas forem as classes sociais.

A ideologia é constituída pela realidade e constituinte da realidade. Não é, portanto, um conjunto de ideias que surge do acaso. Para Fiorin (2004, p.32), uma formação ideológica deve ser entendida como a visão de mundo de uma determinada classe social, isto é, um conjunto de representações, de ideias, que revelam a compreensão que uma dada classe social tem do mundo. Devido ao fato de não existirem ideias fora dos quadros da linguagem, entendida no seu amplo sentido de instrumento de comunicação verbal ou não verbal, essa visão de mundo não existe desvinculada da linguagem. Assim como uma formação ideológica impõe o que pensar, uma formação discursiva determina o que dizer. Há, numa formação social, tantas formações discursivas quantas forem as

formações ideológicas, portanto, assim como a ideologia dominante é a da classe dominante, o discurso dominante é o da classe dominante.

As visões de mundo não se separam da linguagem, porque a ideologia vista como algo intrínseco à realidade é indissociável da linguagem. As ideias e, por conseguinte, os discursos são expressão da vida real. A realidade é, portanto, expressada através dos discursos.

2.3 Atores sociais

Para a compreensão da análise linguística da ACD é importante mencionar os conceitos apresentados por Van Leeuwen (1997) relativo ao comportamento dos atores sociais inseridos no texto, apontando opiniões divergentes ou convergentes. De acordo com Resende e Ramalho (2006, p.72), os atores sociais “(...) podem ter sua agência ofuscada ou enfatizada em representações, podem ser representados por suas atividades e enunciados ou, ainda, podem ser referidos de modo que presume julgamento acerca do que são e do que fazem”.

Destarte Van Leeuwen (1997) infere que na imprensa os personagens sem nome estão ligados a papéis pouco relevantes e desvalorizados. Em contrapartida a esse fato, representações em que os nomes próprios dos agentes são citados nos mostram uma valorização do mesmo. Já a *impersonalização por automatização* é o processo de substituição de uma personalidade humana por um discurso, por exemplo, sem autoria.

O autor destaca, ainda, que a pessoa que redige o texto aplica ou não os atores sociais de acordo com seus interesses, moldando a notícia que chegará ao leitor. Há também a possibilidade dos atores estarem em segundo plano, tornando ambígua sua posição e participação.

Outro processo importante na construção de atores sociais é a ativação e a passivação, sendo a primeira um ator participativo e representativo, ao passo que o segundo mantém um comportamento receptivo e pacífico, não se posicionando perante os acontecimentos.

Quanto à coletivização ou a individualização de um ator social dentro de uma notícia de jornal, podemos inferir vários aspectos e direcionamento político-social do enunciador e da instituição que ele representa, pois segundo Van Leeuwen (1997):

(...) os jornais dirigidos à classe média tendem a individualizar pessoas pertencentes às elites e a assimilar ‘pessoas comuns’, enquanto jornais dirigidos à classe trabalhadora, por vezes, individualizam ‘pessoas comuns’ (p. 194).

O processo de coletivização não pode ser confundido com o de agregação, pois nesta última há uma quantificação dos grupos de atores sociais, tratando-os como dados estatísticos, como afirma o autor: “(...) agregação realiza-se através da presença de um quantificador definido ou indefinido que funciona como numerativo.” (p.196).

Van Leuween (1997, p.196) também destaca a questão da individualização ou não dos atores sociais, concluindo em suas pesquisas, que o governo e entidades detentoras de recursos financeiros, por exercerem grande poder sobre a sociedade são quase sempre individualizados e tem a imagem do líder como alguém forte e determinado, diferentemente do povo que é visto como um grupo anuente. Os especialistas também são mencionados em suas pesquisas e, na maioria das vezes, são coletivados, já os imigrantes são frequentemente agregados, relacionados a “dados estatísticos”.

No processo de ator social, o autor apresenta também a indeterminação, que ocorre quando os atores são representados como indivíduos ou grupos não especificados, ou seja, não denominados; em contrapartida a isso, temos o fenômeno da determinação que consiste em revelar a identidade do ator ou grupo social, especificando-o como *formal* (quando o sobrenome é revelado); *semi-formal* (quando se escreve o primeiro nome e o sobrenome); *informal* (quando apenas o primeiro nome do indivíduo é informado).

Outro processo de construção do ator social que merece destaque é o de identificação, ou seja, quando o indivíduo é identificado pela atividade, função social ou ocupação que exerce. Dentro desse processo podemos discriminar os três tipos de identificação: a *classificação* (idade, sexo, origem, classe social, raça, religião); a *identificação relacional* (relação de parentesco ou trabalho), tratada com muita cautela por Van Leeuwen (1997), pois pode ser classificada em nossa sociedade como nepotista ou corrupta e, por fim, a *identificação física*, a estética (gordo, magro, baixo, alto etc.).

Van Leeuwen (1997, p.220) por fim, acrescenta, que “o papel ativo dos meios de comunicação social neste processo social, apesar da postura cuidada de neutralidade

sugerida pelo modo como a maior parte da representação é atribuída a fontes que não a pessoa do escritor propriamente dito”.

2.4 O processo de referenciação

Segundo Koch (2003, p.40), a reativação de referentes no texto é realizada através de referenciação anafórica, formando-se, desta maneira, cadeias coesivas mais ou menos longas. Aquelas que retomam referentes principais ou temáticos percorrem em geral o texto inteiro. Esse tipo de remissão pode ser efetuado por meio de recursos de ordem “gramatical” ou por intermédio de recursos de natureza lexical, como sinônimos, hiperônimos, nomes genéricos, descrições definidas; ou ainda, por reiteração de um mesmo grupo nominal ou parte dele; e finalmente, por meio da elipse.

Por vezes, a reativação de referentes, a partir de “pistas” expressas no texto, se dá via inferenciação. Pode-se inferir, por exemplo, o todo a partir de uma ou de algumas partes; um conjunto a partir de um ou mais subconjuntos; enfim, conhecimentos que fazem parte de um mesmo “frame” ou “script”, a partir de um ou vários de seus elementos explícitos na superfície textual. Há também, a remissão para frente – catáfora – que se realiza preferencialmente através de pronomes demonstrativos ou indefinidos neutros (isto, isso, aquilo, tudo, nada) ou de nomes genéricos, mas também por meio das demais espécies de pronomes, de numerais e de advérbios pronominais.

Para Koch (2005), a referenciação se constitui em uma atividade discursiva no sentido de que é produzida para designar, representar ou sugerir algo no curso de uma determinada prática discursiva. Não se pretende, no entanto, negar a presença de uma realidade extramental, mas sim perceber a referência como uma reelaboração de conhecimentos, uma vez que o real não coincide com o modo de vê-lo ou dizê-lo. Essa reelaboração se dá essencialmente no discurso, mas também obedece a restrições impostas por condições culturais, sociais, históricas e de processamento decorrente do uso da língua (MARCUSCHI; KOCH, 1998, p.5 apud KOCH, 2005).

Koch (2004, p.56) apresenta-nos, ainda, os rótulos presentes no discurso, nomes correspondentes a protótipos e estereótipos que se aproximam dos modelos sociocognitivos, ou seja, representações referentes ao conjunto de conhecimentos de um

grupo social, de acordo com suas práticas sociais. Os estereótipos constituem parte do que se tem chamado cognição social, isto é, um conjunto de estruturas mentais compartilhadas pelos integrantes de um mesmo grupo, particularmente as envolvidas na produção e compreensão de “objetos” sociais, conforme definição de Van Dijk (1994, 1997 apud KOCH, 2004).

Desta forma, Koch (2005, p.80) adotando as postulações de Apotheló & Reichler-Bérguelin afirma que:

a) a referência diz respeito às operações realizadas pelos sujeitos conforme se desenvolve o discurso;

b) o discurso constrói aquilo a que faz remissão, ao mesmo tempo que é tributário dessa construção. A representação que é construída por todo discurso opera como uma memória compartilhada, alimentada pelo próprio discurso (Apotheló & Reichler-Bérguelin, 1999, p.368, apud KOCH, 2005, p.80). Os sucessivos estágios dessa representação são, ao menos em parte, responsáveis pelas seleções feitas pelos interlocutores, em especial quando se trata de expressões referenciais. Tal representação, a memória discursiva (Berrendonner & Reichler-Bérguelin, 1989, apud KOCH, 2005), recebeu também outras denominações como esquematização (Grize, 1982 apud KOCH, 2005) entre outras.

c) As mudanças que o referente possa sofrer “mundanamente” ou predicativamente, não implica em recategorização no discurso, e para o inverso serve a mesma explicação.

Assim, admite-se que o objeto de discurso é dinâmico, uma vez inserido pode ser modificado, desativado, reativado, transformado, recategorizado, o sentido assim, pode ser construído ou reconstruído no curso da progressão textual, como postula Mondada (apud KOCH, 2005, p.81).

O objeto de discurso caracteriza-se pelo fato de construir progressivamente uma configuração, enriquecendo-se com novos aspectos e propriedades, suprimindo aspectos anteriores ou ignorando outros possíveis, que ele pode associar com outros objetos ao integrar-se em novas configurações, bem como pelo fato de articular-se em partes suscetíveis de se automatizarem por sua vez em novos objetos. O objeto se completa discursivamente.

Por fim, Koch (2005, p.81) ainda afirma que:

d) O processo do discurso é estratégico, uma vez que, sendo realizado por sujeitos ativos, implica em escolhas significativas por parte dos interlocutores, conforme as

múltiplas possibilidades oferecidas pela língua. Assim a referenciação depende de um conjunto de conhecimentos de várias ordens que, associados, permitem estabelecer-se relações discursivas de referência entre os elementos de um texto.

Essa posição permite o estabelecimento de uma noção de língua que não se esgota no código, nem se estabelece apenas como um sistema de comunicação que privilegia o aspecto informacional ou ideacional. Uma concepção discursiva ou textual do mundo através da linguagem não se limita a um simples processo de elaboração de informação, mas a um processo de (re)construção do próprio real. A noção de referenciação faz-se então mais significativa já que nos permite, por meio da mobilização de determinados recursos lingüístico-discursivos, operar mudanças no conteúdo e/ou na forma, assim como na estrutura da realidade, conforme nos diz Koch (2005) ao citar Mondada e Dubois.

A referenciação, então, possibilita a instauração de objetos de discurso que podem referir no discurso, referenciando a informações anteriores de forma a até mesmo recategorizá-las por meio de recursos lingüísticos, aos quais o interlocutor atribuirá sentidos. A referenciação como atividade discursiva permite que o sujeito, no curso da interação verbal, faça uso das unidades lingüísticas operando escolhas significativas para construir aquilo que se quer dizer (KOCH, 2003). A realidade é (re)construída pela interação sócio-cultural, através do “objeto-de-discurso”, sem que esse se confunda com a realidade extra-lingüística.

Desta forma julgamos pertinente ressaltar a afirmação de Koch (2003) ao citar Apothelóz & Reichler-Bérguelin que todo discurso constrói uma representação que opera como uma memória compartilhada, sendo os sucessivos estágios dessa representação responsáveis, ao menos em parte, pelas seleções feitas pelos interlocutores, particularmente em se tratando de expressões referenciais.

Assim, uma vez produzidos os discursos, as informações implícitas serão integradas à memória discursiva e, posteriormente, da anáfora que, para Berrendonner (1986), citado em Koch (2004), caracteriza-se por retomada informacional, sobre a qual intervêm saberes lingüísticos construídos pelo próprio texto e conhecimentos inferenciados conforme conhecimentos lexicais prévios.

Para a constituição da memória discursiva estão envolvidas estratégias de referenciação, tais como:

a. Construção/ativação: quando um referente novo é introduzido, passando a ter um endereço na memória discursiva.

b. Reconstrução/reativação: quando um referente já presente na memória discursiva é reintroduzido, através de uma forma referencial.

c. Defocalização/desativação: quando um novo referente é introduzido passando a ocupar o lugar do foco anterior, este, todavia, não é apagado do discurso, podendo ser retomado posteriormente. Todas essas estratégias sociocognitivas podem ser mobilizadas em um mesmo discurso de forma a proporcionar diferentes efeitos de sentido no interlocutor.

Koch (2003, p.41), coloca ainda, que uma das formas de ativar ou reativar referentes são expressões nominais definidas do referente. Ora, o uso de uma expressão definida implica sempre a escolha dentre as propriedades ou qualidades que caracterizam o referente, escolha, escolha esta que será feita de acordo com aquelas propriedades ou qualidades que, em dadas situações de interação, em função dos propósitos a serem atingidos, o produtor do texto tem interesse em ressaltar, ou mesmo tornar conhecidas de seu(s) interlocutor (es).

2.5 Estratégias de construção da referência no gênero notícia

A construção de um texto deve ocorrer a partir da reflexão de como o enunciatário irá recebê-lo, dessa forma, a persuasão e/ou convencimento podem ser aplicadas. Essa prática baseia-se nas tipologias de argumentação, definidas por Platin (2005) como: divisão de enunciados, argumentações sobre o indivíduo e de autoridade e negação.

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) destacam que para ocorrer uma argumentação eficaz é necessário um denominador comum entre orador (enunciador) e os interlocutores (enunciatários), nessa relação o enunciador presume que o enunciatário aceitará o formato apresentado. Sendo assim, o jornalista ou o jornal sempre deve se atentar aos recursos utilizados no texto, para esse ser aceito e aprovado pelos leitores.

Quanto à escolha de argumentos, é importante avaliar a força através da capacidade de adesão, pois, para Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), quanto maior adesão possuir, mais eficiente ele será em seu objetivo.

A opinião do jornalista sempre estará presente no discurso, mesmo que implicitamente, pois o próprio ato de escolher os argumentos, dar mais atenção a determinado fato e o tom da notícia, denunciam a posição do enunciador. Esse processo

está ligado à produção da notícia, onde a estrutura desse gênero baseia-se na escolha dos fatos, argumentado e exposto a partir da visão do profissional.

Segundo Van Dijk (1987), o gênero noticioso da imprensa tem uma estrutura particular no que se refere à organização global dos tópicos. Esses textos obedecem a uma hierarquia temática, ou seja, a notícia começa, geralmente, com o tópico mais que mais interessa ao leitor. As informações que estão no topo da notícia, começando com a manchete e o lead, são, na maioria dos casos, as mais relevantes, seguindo-se, no corpo do texto, os detalhes.

Diferentemente de outros textos da imprensa – como editoriais, artigos de opinião, etc. –, nas notícias, o autor não pode expor explicitamente o seu ponto de vista. Pelo contrário, elas têm que ser as mais “neutras” possíveis. As anáforas, fenômeno linguístico no qual uma informação anteriormente introduzida é referenciada posteriormente em outra frase, fazem uma recategorização dos referentes atribuindo-lhes aspectos que revelam, de maneira implícita, a posição do autor, através da força ilocutória que carregam, em especial no caso das retomadas recategorizadoras construídas com sintagmas nominais definidos. Formalmente, a expressão linguística que introduz a anáfora na frase é denominada expressão anafórica. A informação previamente introduzida, a que deve ser ligada à expressão anafórica, é denominada antecedente e o processo pelo qual é identificado o antecedente duma expressão anafórica é denominado resolução anafórica ou resolução de anáforas. Tanto a expressão anafórica quanto o antecedente são representados como referentes do discurso.

Essa recategorização discursiva do referente traduz uma intenção, que dá ao referente um caráter específico, ou seja, não apenas o descreve, mas também atribui-lhe certas propriedades, que dão um caráter argumentativo à retomada. Nas notícias, as descrições definidas são as estratégias mais usadas e direcionam de forma indireta o leitor para um determinado efeito de sentido, como serão apresentadas no próximo capítulo.

2.5.1 Construção da referência em jornais da elite

Antes de começar a análise de algumas notícias extraídas de nosso *corpus*, consideramos importante explicar o que entendemos por texto. Um texto não deve ser entendido como uma mera sucessão de enunciados, mas sim como sucessões de sentidos expressos por meio de enunciados. Segundo Guimarães (2007, p.21), “é a partir desses

sentidos que se estrutura um conjunto de informações reunidas sobre um eixo de sucessividade”. Para a referida autora, há dois tipos principais de relações que mantêm interligados os elementos constitutivos da significação do texto, ou os chamados elementos temáticos: as *relações lógicas* e as *relações de redundância*. As primeiras são as responsáveis pelo processo de expansão do texto, isto é, para que o texto possa se desenvolver é imprescindível que haja lógica, nexos, coerência entre os elementos temáticos apresentados. Já as relações de redundância são utilizadas com a finalidade de garantir a fixação do elemento temático principal, tornando-o interativo e repetindo-o ao longo do texto. Nesse sentido, é a partir dessas relações de redundância que se dá a referência em um texto.

Nas notícias selecionadas a seguir, em ambos os jornais “de elite” e “gratuitos” trabalharemos com os conceitos de referência genérica e referência específica como forma de representação de atores sociais que podem surgir em um texto como classes ou como indivíduos específicos e identificáveis (cf. VAN LEEUWEN, 1997, p.191).

Índios deixam a sede da Funasa em São Paulo

Índios de 36 aldeias invadiram prédio na terça, 5, para exigir a demissão de coordenador do órgão em SP

06 de maio de 2009 | 19h 01

da Redação

Os 36 índios que ocupavam a sede da Funasa em São Paulo desocuparam o local. Eles tomaram a decisão após a Justiça Federal conceder a liminar de reintegração de posse pedida pela Funasa. O delegado da Polícia Federal Flávio Trivella, que tentava negociar com eles uma saída pacífica do local, disse aos índios que teria de cumprir a ordem judicial e os índios saíram espontaneamente e montaram acampamento na rua, onde passam a noite. Os índios dizem que continuam reivindicando a demissão do coordenador regional da Funasa, Raze Rezek.

Andre Dusek/AE

Forte fala durante entrevista coletiva

A reivindicação da saída de Rezek já havia sido aceita pelo próprio coordenador, que, por fax, enviou ontem um pedido de demissão para o presidente da Funasa, Danilo Forte. "Raze está chocado", justificou o presidente da Funasa. "Ele está transtornado, não tem experiência de conviver com movimentos sociais, sobretudo o indígena, que é bastante politizado", completou.

No fim da manhã, Forte enviou um funcionário da Funasa de Brasília para negociar com as lideranças indígenas. "Ofereci também negociar com uma comissão, que poderia vir até Brasília", completou o presidente. "Mas não é com manifestação política que eles vão conseguir sucesso. Isso só traz mais obstáculos."

Em nota, a Funasa repudiou a invasão dos índios, que mantêm reféns no local, entre eles o delegado da Polícia Federal Flávio Trivella, que tentava negociar com eles uma saída pacífica do local e cerca de sete funcionários.

Rezek assumiu o cargo em agosto de 2007. De lá para cá, admitiu, os serviços pioraram: "As reivindicações são justas." Mas ele atribuiu a piora à estrutura da Funasa, à lentidão nos processos licitatórios. Para os índios, a permanência de Rezek é inaceitável. Por isso decidiram passar a noite na sede da Funasa.

(Atualizada às 23h40)

(Com Roldão Arruda e Lígia Formenti, de O Estado de S.Paulo)

Na notícia anterior, publicada no jornal *O Estado de S. Paulo*, observamos que não há referência à Funasa, em nenhum momento do texto este órgão é explicado. Em seguida, podemos notar uma referenciação específica ao coordenador e ao presidente desse órgão Raze Rezek e Danilo Forte, respectivamente. E também ao delegado Flávio Trivella. Notamos que essas referências são retomadas nos próximos parágrafos. No entanto, quando se mencionam os índios, isso é feito de forma genérica. Ao falar sobre o líder desse grupo, não se faz uma referência específica registrando o nome próprio ou sobrenome, como se observa na indicação do coordenador da Funasa. Os índios são sempre referidos por *índios*, *indígenas*, *eles* e em nenhum momento há uma referência específica. Este tipo de referência vai de acordo com a proposta de Van Leeuwen no qual infere que na imprensa os personagens sem nome estão ligados a papéis pouco relevantes e desvalorizados e que em contrapartida a esse fato, representações em que os nomes próprios dos agentes são citados, mostram-nos uma valorização do mesmo. O autor destaca, ainda, que a pessoa que redige o texto aplica ou não os atores sociais de acordo com seus interesses, moldando a notícia que chegará ao leitor.

2.5.2 Construção da referência em jornais gratuitos

Observemos, agora, o mesmo fato noticiado no tópico passado publicado no jornal gratuito *Destak*.

PROTESTO

Índios invadem sede da Funasa e fazem reféns

Publicado em 06/05/2009

Manifestantes de diferentes tribos de São Paulo ocuparam edifício no centro e reivindicam demissão do coordenador do órgão no Estado

Cerca de cem índios ocuparam ontem a sede da Fundação Nacional de Saúde (Funasa) em São Paulo, no Centro, e fizeram funcionários de reféns.

Os manifestantes, vindos de diferentes regiões do Estado, chegaram pela manhã.

À tarde, eles liberaram cerca de 30 servidores e mantiveram presos apenas cinco chefes de seção e dois promotores. Os índios exigiram a presença do coordenador da Funasa no Estado, Raze Rezek, para liberar os demais reféns. Ele chegou ao prédio à noite e se reuniu com os índios.

As negociações levaram cerca de uma hora até a libertação dos funcionários. A principal exigência dos índios é a demissão de Rezek. Segundo eles, o coordenador não visitou aldeias nos três anos que está no cargo. Eles também cobraram liberação de verbas, como para a saúde.

PMs monitoraram a invasão

JL Silva/Futura Press

Como podemos verificar, neste caso, há referência à Funasa, mas assim como na notícia anterior, somente o nome do coordenador da Funasa aparece de forma específica, os índios são referidos apenas como *índios*, *manifestantes*, *eles*... O nome do líder dos índios não é nem sequer mencionado.

Perante a estas breves análises feitas, podemos averiguar que a representação dos atores sociais nesses jornais ocorre a partir do processo de referenciação. Notamos uma forte tendência à referência específica, a fim de destacar os elementos temáticos relacionados aos agentes governamentais e não à população. Esse tipo de referenciação pode ser compreendido a partir do conceito de antecipação (cf. ORLANDI, 2007, p.39), ou seja, como o público ao qual esse jornal se destina é de classe média, procura-se organizar a referenciação de modo que ela seja, na maioria das vezes, específica no que diz respeito aos agentes governamentais e genérica no que diz respeito à população, antecipando que esse público está mais interessado no mundo de quem governa e não no de quem é governado, que seria a classe trabalhadora de baixa renda. Ademais, ainda que o intuito de todo texto do universo jornalístico seja ser imparcial, podemos destacar que

as expressões nominais remissivas funcionam como uma espinha dorsal do texto, que permite ao leitor/ouvinte construir, com base na maneira pela qual se encadeiam e remetem umas às outras, um “roteiro” que irá orientá-lo para determinados sentidos implicados no texto e, conseqüentemente, para as leituras possíveis que, a partir dele, se projetam (cf. KOCH, 2005, p.46).

CAPÍTULO 3 - ANÁLISE DO *CORPUS*

3.1 O Processo de referenciação no jornal *Publimetro*

Para podermos analisar o Jornal *Publimetro* e verificar o que ele apresenta de diferencial em relação à grande imprensa, selecionamos o processo de construção do referente em notícias sobre minorias, observando como tais escolhas são carregadas de elementos ideológicos, posicionamentos e opiniões.

Segundo Citelli (1991), a organização textual não é apenas uma constituição de regras formais, sua utilização como recurso linguístico atrela-se a alguma ideologia. Vejamos, no trecho a seguir, o que o autor afirma sobre a questão da neutralidade da língua:

Se as palavras, por exemplo, nascem neutras, mais ou menos como estão em estado de dicionário, ao se contextualizarem, passar a expandir valores, conceitos, pré-conceitos. Nós iremos viver e aprender em contato com outros homens, mediados pelas palavras, que irão nos informar e formar. As palavras serão por nós absorvidas, transformadas e reproduzidas, criando um círculo de formação e reformulação de nossas consciências (p. 28).

Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005) afirmam que para uma argumentação eficaz é necessário um denominador comum entre orador (enunciador) e os interlocutores (enunciatários), nessa relação o enunciador presume que o enunciatário aceitará o formato apresentado. Sendo assim, o jornalista ou o jornal deve sempre atentar aos recursos utilizados no texto, para esse ser aceito e aprovado pelos leitores.

A construção de um texto deve ocorrer a partir da reflexão de como o enunciatário irá recebê-lo, destarte, a persuasão e/ou convencimento podem ser aplicados. Essa prática baseia-se nas tipologias de argumentação, definidas por Platin (2005) como: divisão de enunciados, argumentações sobre o indivíduo e de autoridade e negação.

Quanto à escolha de argumentos, é importante avaliar a força através da capacidade de adesão, pois, para Perelman & Olbrechts-Tyteca (2005), quanto maior adesão possuir, mais eficiente ele será em seu objetivo. A opinião do jornalista sempre estará presente no discurso, mesmo que implicitamente, pois o próprio ato de escolher os argumentos, dar mais atenção a determinado fato e o tom da notícia, denunciam a posição do enunciador. Esse processo está ligado à produção da notícia, em que a estrutura desse

gênero baseia-se na escolha dos fatos, argumentados e expostos a partir da visão do profissional.

Para Bakhtin (2003), o enunciado é uma interpretação da estrutura semântica, a língua é uma prática social onde o receptor da informação forma seu significado final. Ele entende a palavra como ideológica, sendo a linguagem um instrumento de debate ligado à sociedade revelando um papel histórico-social efetivo.

Diversos filósofos, como Marx e Ricoeur, estudaram sobre a temática da ideologia, conforme afirma a pesquisadora Brandão (2002). Para Marx, a ideologia funciona como um mecanismo que anula qualquer outro discurso e realidade, sendo utilizada principalmente pela classe dominante, excluindo qualquer outra posição sobre determinado assunto. Já para Ricoeur, o conceito de ideologia está ligado à história da sociedade, manifestando-se através do uso da linguagem.

Brandão (2002) também aborda os conceitos das formações discursivas, sendo elas “que determinam o que pode e o que não pode ser dito”. No mesmo discurso podem ocorrer diferentes formações, que atuam de suas maneiras: pela paráfrase, que são “enunciados retomados e reformulados”, e pelo pré-construído que seria “o que cada um sabe e o que cada um pode ver” (p. 38-39).

Sendo assim, é possível estabelecer uma ligação entre as vozes presentes no texto e o poder. Para Van Dijk (2008), o poder se estabelece quando um indivíduo influencia outro, moldando suas opiniões e atos e, conseqüentemente, privando-o de parte de sua liberdade e tomada de decisão.

Na relação descrita acima, é preciso que um lado tenha a capacidade de tomar o poder para si, em diferentes momentos e oportunidades, dependendo da capacidade do enunciador de construir seu discurso e de angariar o maior número de leitores.

Partindo das observações feitas acima, e considerando as características de nosso *corpus*, isto é, um jornal gratuito cujo público principal são pessoas de classe média e de faixa etária jovem, notamos uma tendência muito marcada a se fazer uma referência específica a agentes, instituições ou especialistas governamentais. Ou seja, na grande maioria das vezes em que se noticia uma informação relacionada a temas políticos ou econômicos, detectamos que a referência dos agentes governamentais ocorre de maneira específica e a referência das “pessoas comuns” ocorre de forma genérica.

3.2 Análise das escolhas lexicais (emprego dos substantivos)

Como vimos, o léxico não é selecionado aleatoriamente em um texto. A escolha lexical permite ao leitor concluir alguns posicionamentos e opiniões do enunciador. Para isso, analisaremos, através do processo de referenciação, concomitantemente com a base da teoria da Análise Crítica do Discurso, as escolhas lexicais, tendo como foco os grupos de minoria.

Para iniciar tal análise proposta, observemos as notícias de nosso *corpus*:

Notícia 1

(06/05/2009)

Referência genérica:	Referência específica:
Grupo	Raze Rezek (coordenador da Funasa)
Manifestantes	Danilo Forte (presidente da Funasa)
Líder dos índios	Rezek (2 vezes)

Notícia 2

Blitze vão multar carro que não fez inspeção

Coordenador está negociando operações com CET e PM

DAVI FRANZON
da11@opm1010.com.br

O COORDENADOR do programa de inspeção veicular, Márcio Schettino, afirmou ontem que a prefeitura vai fazer blitz para flagrar os proprietários de veículos com placa final 1 que não realizaram a vistoria.

O modelo das operações, que ainda não têm nada para começar, é negociado por Schettino com representantes da PM e da CET. A proposta é que as blitz sejam realizadas por policiais militares acompanhados de funcionários da Secretaria do Meio Ambiente. No caso da CET, a fiscalização pode ser feita pelos radares que hoje controlam o rodízio municipal. "Ainda estamos negociando os detalhes. Tudo dependerá dos convênios acertados", diz Márcio Schettino.

Neste momento, a fiscalização será feita por um furgão, que fará a leitura das placas dos carros final 1 e confirmará se ele fez ou não a inspeção. Os irregulares irão receber a multa de R\$ 550. O veículo faz até 6.000 leituras de placas por dia.

Furgão também vai fiscalizar

(06/05/2009)

Referências específicas
Marcio Shettino (3vezes)
PM- policiais militares
CET
Secretário do Meio Amabiente

Kassab proíbe caminhões na marginal

🔴 Multas começam em setembro 🔴 Restrição também vale nas avenidas Bandeirantes e Roberto Marinho

Com quatro meses de atraso, começa na segunda-feira a restrição à circulação de caminhões na marginal Pinheiros e na avenida dos Bandeirantes, incluindo ainda a Roberto Marinho.

Em diversas ocasiões, a medida foi prometida para quando fosse inaugurado o Trecho Sul do Rodoanel, o que ocorreu em 1º de abril.

Em 15 de julho, a CET informou que "continuava monitorando o comportamento do trânsito". Ontem, porém, Gilberto Kas-

sab anunciou que as restrições começam na segunda. A aplicação de multas, porém, só começa em setembro. Para compensar, os VUCs (veículos urbanos de carga) serão liberados na zona de restrição máxima. Terão de obedecer apenas ao rodízio de carros.

O secretário de Transportes, Marcelo Cardinale Branco, disse que a norma que prevê redução da velocidade dos caminhões de 90 km/h para 70 km/h na pista expressa da marginal

Tietê começou a valer ontem, mas as multas só valem na próxima semana. Ele também confirmou que as motos serão proibidas na via expressa da marginal Tietê.

O sindicato dos veículos de carga diz que a medida traz mais problemas do que soluções e que tentará negociar com a prefeitura para amenizar as restrições.

DANIELA.ORTEGA
MARCIO.APOLINARIO
@METROJOURNAL.COM.BR

(29/07/2010)

Referência específica

Gilberto Kassab

Marcelo Cardinale (secretário de Transportes)

Referência genérica

Sindicatos dos veículos de carga

Na primeira notícia sobre os índios, observamos a referência à Funasa e a especificação do significado dessa sigla, seguida pela referência específica ao coordenador e ao presidente desse órgão Raze Rezek e Danilo Forte, respectivamente, e verificamos que essas referências são retomadas no terceiro, quarto e quinto parágrafos seguintes. No entanto, quando se mencionam os índios, isso é feito de forma genérica. No terceiro parágrafo, por exemplo, ao falar sobre o líder dos índios, não se faz uma referência específica registrando o nome próprio dele como se observa na indicação do coordenador da Funasa. Os índios são sempre referidos por *índios*, *indígenas*, *manifestantes*, *grupo* ou *comunidade* e em nenhum momento há uma referência específica.

Na segunda notícia sobre a Blitz em São Paulo, detectamos a referenciação constante ao coordenador do programa de inspeção veicular Márcio Schetinho e aos órgãos responsáveis pela execução desse programa PM, CET e Secretaria do Meio Ambiente. Nota-se que o foco da referenciação não é o que Van Leeuwen (1997) chama de “pessoas comuns”, ou seja, os proprietários de veículos, mas sim todos os agentes governamentais responsáveis por realizar esse programa de inspeção veicular. Os proprietários de veículos são referidos uma única vez no texto, apenas no primeiro parágrafo, enquanto a referenciação aos agentes governamentais que farão a fiscalização só não aparece no último parágrafo. O mesmo ocorre na notícia 3, em que o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, e o secretário de transportes, Marcelo Cardinale, são sempre mencionados com nome e sobrenome, já o nome do representante do sindicato de veículos de carga não é nem sequer citado.

Conforme as primeiras análises realizadas, podemos ratificar a conclusão de Van Leeuwen (1997) de que nos jornais dirigidos à classe média, diferentemente dos jornais dirigidos à classe trabalhadora, os agentes governamentais tendem a ser referidos especificamente e as “pessoas comuns” genericamente, isso porque para a classe média o mundo no qual existem as especificidades não é o mundo dos governados, mas sim o mundo de quem governa.

Notícia 4

(19/10/09)

Empresário morre em navio

Jovem de 27 anos foi quarta pessoa morta nesta temporada de cruzeiros

O CASO do empresário Diego Mendes de Oliveira, 27 anos, que morreu durante um cruzeiro na madrugada de sábado, foi enterrado ontem pela manhã em Santo André, no ABC paulista. Foi a quarta morte em navio neste verão.

Segundo a assessoria da imprensa da CVC Turismo, que fretou o navio, Diego embarcou no Soberano no dia 10. Começou a ter febre alta, diarreia e vômitos na noite de quinta-feira. Foi medicado, mas começou a apresentar hipertensão e ventriculopatia. Morreu de insuficiência cardíaca.

Diego começou a viagem em Santos e seguiu até Salvador (Bahia). Ele viajou com

o irmão, Thiago, e dois amigos. A delegacia da Polícia Federal do Porto de Santos investiga o caso.

A primeira morte foi a da estudante Isabela Negrato, em Ilhabela (litoral paulista), no fim do mês passado, em um cruzeiro universitário no MSC Opera. Houve denúncia sobre consumo de drogas e álcool no cruzeiro.

A segunda vítima foi Alinne Mion Almeida, uma cadeirante de 31 anos, que morreu no dia 5, no navio MSC Sinfonia. No dia 10, uma mulher de 74 anos, de Povo Fundo (Rio Grande do Sul), desmaiou durante o check-in e morreu antes do desembarque do navio MSC Música, em Santos.

Rapaz passou mal na volta de Salvador

Virose foi causa de diarreia em 394 passageiros

Técnicos do Laboratório Central da Bahia concluíram que a causa do surto de diarreia que atingiu 394 passageiros do MSC Sinfonia (foto) foi o norovírus, que se propaga principalmente pelo ar. O laudo saiu na sexta-feira passada e levou a MSC Cruzeiros. À época do incidente, no dia 10, na costa da Bahia, a Avnia visitou o navio e encontrou irregularidades no armazenamento de alimentos e na quantidade de dorso na água. Na mesma viagem, uma cadeirante morreu, e caminhar de Recife.

Referência específica:
Diego Mendes de Oliveira, empresário, jovem, rapaz
Navio: Soberano, MSC Ópera, MSC Sinfonia, MSC Música.

Na notícia 4, podemos destacar dois pontos importantes: O primeiro é grande preocupação do enunciador em destacar a profissão do rapaz de 27 anos que foi morto no navio, tanto que a primeira palavra do título faz referência a ocupação do jovem. Logo em seguida, no primeiro parágrafo, temos o nome e o sobrenome do jovem, juntamente com sua idade. Isto está de acordo com o conceito de Van Leeuwen (1997) relativo ao comportamento dos atores sociais inseridos no texto, apontando opiniões divergentes ou convergentes. De acordo com Resende e Ramalho (2006:72), os atores sociais “(...) podem ter sua agência ofuscada ou enfatizada em representações, podem ser representados por suas atividades e enunciados ou, ainda, podem ser referidos de modo que presume julgamento acerca do que são e do que fazem”. É pertinente destacar aqui também, o fenômeno da determinação, citado por Van Leeuwen, que consiste em revelar a identidade do ator ou grupo social, especificando-o como *formal* (quando o sobrenome é revelado); *semi-formal* (quando se escreve o primeiro nome e o sobrenome); *informal* (quando apenas o primeiro nome do indivíduo é informado).

O segundo ponto que merece destaque é a referência ao navio, ele é retomado com nomes próprios. Há, por parte do enunciador, um grande interesse em classificar cada tipo de navio, embora todos sejam da mesma empresa.

Na próxima notícia, extraída de nosso *corpus*, a referenciação genérica ocorre através de escolhas lexicais de valor negativo, tais como *bando*, *bandidos*, diferentemente do primeiro substantivo colocado no texto *grupo*. Neste caso, podemos evidenciar a tendência do enunciador em desvalorizar os assaltantes, há um tom pejorativo nestes substantivos. Observemos isto no quadro comparativo a seguir:

Vocábulos e significados:

Bando	Grupo
<p><i>s. m.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grupo de pessoas para um fim comum. 2. Ajuntamento de aves ou outros animais. 3. Grupo de indivíduos que percorrem a localidade anunciando uma festa ou espectáculo público. 4. Rancho, facção, partido. 5. Companhia de malfeitores. = QUADRILHA 6. Tropa indisciplinada. 7. Pregão solene. 	<p><i>s.m.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Número de pessoas ou de coisas que formam um todo. 2. Pequena associação. 3. Conjunto de palavras subordinadas a um núcleo e que forma um constituinte da frase (ex.: <i>grupo nominal</i>, <i>grupo verbal</i>). = SINTAGMA 4. [Matemática] Em álgebra moderna, conjunto de elementos da mesma natureza que contém, com cada elemento, o seu inverso, e, com cada grupo de elementos, a sua resultante. 5. [Brasil] Corpo. 6. Mentira.

Fonte: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa

Notícia 5

(11/11/08)

Referência genérica
Grupo
Bando
Bandidos

Na notícia 6, há referência específica, pois um dos organizadores do protesto é citado com nome e sobrenome, corroborando o conceito de Van Leeuwen, mencionado na notícia 4, e genérica, no que diz respeito aos brasileiros, eles são retomados como *grupo*, *imigrantes*, *eles*. O que nos chama atenção nesta notícia é o uso das aspas que, como sabemos, têm o objetivo de marcar a fala direta do outro no meio do discurso, com citação direta de Hidekichi Hashimoto. Este recurso é pouco utilizado pelo jornal em tese, pois nele há uma forte tendência em se fazer citações quando se trata de agentes governamentais e não pessoas comuns, como neste caso.

Notícia 6

Brasileiros protestam no Japão
contra crise financeira mundial

UM GRUPO de brasileiros fez uma manifestação, ontem em Tóquio, contra demissões geradas pela crise financeira internacional. É a primeira vez que brasileiros se reúnem no país para protestar. Os imigrantes lutam também por melhor qualidade de vida e reclamam do governo japonês, que não tem prestado assistência aos estrangeiros no país.

"Os brasileiros merecem respeito e atenção. Eles não podem ser usados como produtos descartáveis, que por causa de uma crise, podem ser jogados fora", diz Hidekichi Hashimoto, um dos organizadores do protesto. A manifestação, organizada pelo grupo SOS Comunidade, reuniu 400 pessoas, entre brasileiros, outros imigrantes e japoneses.

(19/01/09)

Referência genérica:	Referência específica:
Brasileiros (4 vezes): grupo, imigrantes (2 vezes), eles	Hidekichi Hashimoto: um dos organizadores do protesto

Na próxima notícia, há referência específica quando se trata da PM e da GCM e genérica quando se trata de ambulantes. Percebemos, por parte do enunciador, interesse em desvalorizar o grupo de vendedores. Isso se dá logo no início da notícia, quando o enunciador afirma: “apesar da presença ostensiva da polícia, ambulantes ainda vendiam mercadorias”, ou seja, há, por parte do enunciador, o objetivo de destacar que a polícia estava cumprindo seu papel, enquanto os ambulantes, também retomados como camelôs, estivessem enfrentando os policiais.

Notícia 7

Ambulante ilegal foge de fiscais na rua 25 de Março ontem

Camelôs ilegais ainda resistem 25 de Março

APESAR DA PRESENÇA ostensiva da PM, da GCM e de fiscais da Subprefeitura da Sé na rua 25 de Março, ambulantes irregulares e legalizados ainda vendiam ontem mercadorias na rua e em vias próximas, como a Ladeira Porto Geral.

Para driblar a fiscalização, os ambulantes recolhiam as mercadorias quando notavam a presença da GCM e

montavam as barracas logo depois que os guardas iam embora.

Na segunda-feira, a prefeitura transferiu os 74 ambulantes com Termos de Permissão de Uso para um bolsão na praça Coronel Fernando Costa por um prazo de cem dias. Segundo a prefeitura, durante o período serão feitas obras na rede de drenagem da via. **METRO**

(06/05/09)

Referência específica:	Referência genérica:
PM	Ambulantes
GCM	Camelôs

Infere-se, portanto, que a escolha lexical, no caso dos substantivos, está totalmente atrelada ao objetivo do enunciador, pois é através dela que conseguimos antecipar o posicionamento de quem escreve o texto.

3.2.1 Análise das escolhas lexicais (emprego dos verbos)

A teoria que será apresentada, a seguir, é de extrema importância para o desenvolvimento deste trabalho, pois é a partir das classificações de Marcuschi (2007) que abordaremos, classificaremos e analisaremos os verbos *dicendi*. Para iniciar a análise proposta, começamos por desfazer a crença de que a notícia é totalmente objetiva e se utiliza de verbos introdutórios de opinião para comprovar a subjetividade do texto jornalístico. Isso ocorre na interpretação, seleção ou avaliação dos discursos inseridos na notícia, perante a isso o autor afirma que:

(...) apresentar ou citar o pensamento de alguém implica, além de uma oferta de informações, também uma certa tomada de posição diante do exposto. Assim, a avaliação linguística terá um *caráter não meramente estilístico*, mas sobretudo interpretativo e avaliativo. O mais notável é que isso se processa através do instrumento linguístico usado e não mediante uma interpretação explícita paralela. Não me refiro, portanto, aos comentários; refiro-me tão somente às palavras que introduzem opiniões alheias com pretensão de fidelidade ao pensamento do autor (p. 147).

Sendo assim, Marcuschi (2007) não acredita que a opinião esteja inclusa por um sintagma específico que a identifique, mas sim como parte inerente ao texto. O autor divide as formas de interpretação da manipulação dos enunciados nos textos jornalísticos em três esferas, como podemos ver a seguir:

Interpretação explícita, em que há um comentário feito pelo redator da notícia; *Interpretação implícita*, que é feita pela seleção dos verbos que introduzem as opiniões ou por expressões equivalentes, sem um comentário adicional; *Interpretação pela seleção*, do que é informado.

A partir do exposto, podemos dizer que qualquer informação é uma forma de interpretação. Ao construir a opinião com a utilização dos verbos introdutórios, forma-se um claro exemplo de interpretação implícita, em que a intervenção do enunciador não é percebida. Para o autor, os tipos de discurso podem ser divididos em *Discurso de Poder* e *Discurso de Populares*. O primeiro é explicado em três tópicos:

1) **Discurso oficial**: discurso do governo (Executivo, Legislativo e Judiciário) e ainda o militar;

2) **Discurso para-oficial**: produzido por algumas camadas do clero que são simpatizantes do governo;

3) **Discurso da oposição:** sindicatos patronais e outras Instituições que são opostas ao governo.

Considera-se então, segundo o autor, que os dois primeiros tópicos representam os discursos verdadeiros, e o terceiro com alguma desconfiança e ligação direta com seu enunciador. Verbos dotados de mais força são usados nos discursos oficiais, por exemplo, reiterar, frisar, classificar e afirmar. Sendo assim, o enunciador concorda de forma implícita com o discurso oficial.

Em contrapartida, os *Discursos Populares* são confeccionados por indivíduos anônimos, irrelevantes em entrevistas e noticiários. A respeito desse caso, Marcuschi (2007) afirma que:

A questão central aqui colocada é a de saber até que ponto é possível informar a opinião de alguém sem ao mesmo tempo interpretá-la de alguma forma ou em alguma direção. Tudo se resume no seguinte: qual a diferença em se relatar que alguém “disse” algo ou que alguém “declarou”, “enfatizou”, “confirmou”, “reiterou”, “revelou”, “advertiu”, “contou”, “condenou”, “elogiou”, “confessou”, “achou” isso ou aquilo com seu discurso? A hipótese que tento defender é a de que a ação desses verbos hierarquiza, reforça, discrimina, classifica etc. os autores das respectivas opiniões relatadas (p. 158).

Marcuschi (2007) afirma, ainda, que os verbos são largamente utilizados na construção de uma notícia, sintetizando o discurso em sua construção e reordenando o texto. Três tópicos devem ser considerados pelo tema:

- a) Os verbos exercem uma ação sobre o dito relatado;
- b) Os verbos organizam o discurso relatado numa ordem e numa estrutura própria;
- c) Na reordenação discursiva que processam, esses verbos preservam sua ação interpretativa anterior. (p. 166).

Observemos, então, o quadro de verbos retirados de nosso *corpus*:

Notícias	Verbos	Acepções
Notícia 1	Invadir	1. Entrar como por direito próprio em. 2. Penetrar em. 3. Assenhorear-se de.
	Ocupar	1. Tomar posse de. 2. Estar na posse de. 3. Preencher, encher, estar. 4. Instalar-se em. 5. Morar, habitar. 6. Exercer, desempenhar. 7. Dar ocupação a. 8. Embaraçar, estorvar. 9. Ser objecto de. 10. Pejorar. 11. Tornar-se grávida. <i>v. pron.</i> 12. Empregar-se. 13. Dedicar-se. 14. Entreter-se. 15. Tratar (assunto).
	Libertar	1. Tornar ou ficar livre; dar ou ficar em liberdade. ≠ APRISIONAR, PRENDER 2. Livrar(-se) do que estorva ou incomoda. = DESEMBARAÇAR 3. Tornar(-se) quite. = DESOBRIGAR 4. Exalar
Notícia 2	Flagrar	1. Arder; inflamar-se. <i>v. tr.</i> 2. [Brasil] Apanhar em flagrante; surpreender.
	Negociar	1. Fazer a negociação de. 2. Comprar e vender. 3. Promover; tratar de. 4. Contratar, ajustar. <i>v. tr. e intr.</i> 5. Ser negociante. = COMERCIAR

		6. Entabular e seguir negociações. = PACTUAR 7. Fazer convênio ou tratado entre governos de dois Estados.
Notícia 3	Proibir	1. Ordenar que se não faça. 2. Prescrever a abstenção de. 3. Obstar, impedir, opor-se a.
	Prometer	1. Comprometer-se a. 2. Afirmar previamente. 3. Predizer. 4. Dar probabilidades ou esperanças. 5. Dar indício. 6. Fazer promessas.
	Anunciar	1. Comunicar publicamente. = INFORMAR, REVELAR 2. Pôr anúncio em jornal. 3. [Figurado] Indicar com antecedência.
	Compensar	1. Estabelecer compensação. 2. Indenizar. 3. Equilibrar. 4. Suprir a falta de.v. <i>pron.</i> 5. Ficar com o que é de outrem em compensação do que esse outrem tem de nós. 6. Contrabalançar-se. 7. Formar equilíbrio.
	Amenizar	Tornar ameno, aprazível.
Notícia 5	Destruir	1. Proceder à destruição de; causar destruição em; demolir, arrasar; aniquilar. 2. [Figurado] Desfazer, transtornar. 3. Exterminar.

	Roubar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tirar o que está em casa alheia ou o que outrem leva consigo. 2. Cometer fraude em. 3. Subtrair às escondidas, furtar. 4. Rapar. 5. Despojar de. 6. Plagiar; dar como invenção sua o que outrem inventou. 7. [Figurado] Arrebatat, enlevar, arroubar, extasiar. <i>v. pron.</i> 8. Esquivar-se.
	Explodir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fazer explosão. 2. Rebentar; ir pelos ares. 3. [Figurado] Expandir-se ruidosamente. 4. Acabar por perder a paciência e vociferar.
	Danificar	Causar danificação a.
	Invadir	Já mencionado (notícia 1)
	Dinamitar	Destruir por meio de dinamite.
	Orquestrar	Compor as diferentes partes de uma peça de música que deve ser executada por orquestra.
Notícia 6	Manifestar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tornar manifesto, patentear, publicar. 2. Dar indícios de. 3. Expor, apresentar. 4. Dar ao manifesto (na alfândega). <i>v. pron.</i> <ol style="list-style-type: none"> 5. Declarar-se. 6. Aparecer. 7. Tornar-se visível, descobrir-se.

	Lutar	<p>1. Travar luta. = COMBATER, PELEJAR</p> <p>2. Esforçar-se, empenhar-se.</p> <p>3. Opor-se a; oferecer resistência a. = RESISTIR</p> <p>4. Trabalhar com afinco.</p> <p>5. Questionar, discutir.</p> <p>Confrontar: lotar.</p>
	Reclamar	<p>1. Pedir com exigência.</p> <p>2. Reivindicar.</p> <p>3. Implorar, pedir.</p> <p><i>v. intr.</i></p> <p>4. Protestar.</p> <p><i>v. pron.</i></p> <p>5. Ser reclamado ou exigido.</p>
	Resistir	<p>1. Opor resistência, não ceder.</p> <p>2. Defender-se.</p> <p>3. [Figurado] Suportar.</p> <p>4. Durar, subsistir, conservar-se.</p> <p><i>v. tr.</i></p> <p>5. [Pouco usado] Opor resistência a.</p>
Notícia 7	Driblar	<p>1. Dar toques sucessivos na bola, batendo-a para o chão.</p> <p>2. Em vários desportos, conduzir a bola, esquivando-se ao adversário.</p> <p><i>v. tr.</i></p> <p>3. Ultrapassar ou evitar algo ou alguém. = FINTAR</p>
	Recolher	<p>1. Colher para si, guardar.</p> <p>2. Reunir coisas dispersas.</p> <p>3. Coligir, tratar de compilar.</p> <p>4. Dar acolhimento a.</p> <p>5. Receber em recompensa.</p> <p>6. Encurtar, encolher.</p> <p>7. Puxar para si.</p> <p>8. Tirar da circulação.</p> <p>9. [Figurado] Deduzir, inferir.</p> <p><i>v. intr.</i></p> <p>10. Voltar para casa..</p>

		11. Regressar (a casa, à terra). 12. Refugiar-se. 13. Concentrar-se, reconcentrar-se. 14. Desaparecer da superfície para operar no interior do corpo. 15. Retirar-se para os seus aposentos. 16. Encerrar-se. <i>s. m.</i> 17. A hora em que os soldados recolhem ao quartel: Toque de recolher.
--	--	---

Fonte: <http://www.priberam.pt>

Perante esse quadro, podemos concluir que, assim como os substantivos, os verbos também não são colocados aleatoriamente no texto. Na notícia 1, por exemplo, os verbos utilizados causam ao grupo de minoria uma imagem negativa, pois os índios são os que invadem, ou seja, assenhoram-se de algo que não lhes pertencem, ocupam um lugar que também não lhes pertencem e, por fim, libertam, ou melhor, deixam livres aqueles que sofreram com o aprisionamento imposto por eles. Este tipo de construção textual é considerado por Marcuschi (2007) como uma forma de manipulação, pois ele não acredita que a opinião esteja inclusa por um sintagma específico que a identifique, mas sim como parte inerente ao texto. Esse tipo de manipulação é citada pelo autor como Interpretação implícita, ou seja, é feita pela seleção dos verbos que introduzem as opiniões ou por expressões equivalentes, sem um comentário adicional.

Na notícia 2, o uso do verbo *flagrar*, coloca os proprietários de veículos sem inspeção num contexto negativo, pois quem é flagrado é pego fazendo algo errado, algo que esteja fora dos parâmetros estabelecidos pela sociedade. Em contrapartida a esta imagem negativa, temos o coordenador Marcio Schettino tentando “negociar”, ou seja, há a tentativa de se criar uma imagem positiva, pois o coordenador está buscando “ajustar” a situação e nenhuma medida está sendo tomada sem planejamento. Novamente, vemos aqui o conceito de manipulação de interpretação implícita mencionada por Marcuschi (2007).

Vale mencionar, ainda, a presença do Discurso para-oficial: produzido por algumas camadas do clero que são simpatizantes do governo, como no caso o coordenador Marcio Schettino. Ressaltamos que esse tipo de discurso é considerado

verdadeiro, sendo assim, o enunciador concorda de forma implícita com o Discurso para-oficial.

Na próxima notícia, fica evidente o uso do Discurso oficial: discurso do governo (Executivo, Legislativo e Judiciário). Concluímos isso, a partir da utilização de verbos dotados de força, como, por exemplo, proibir, prometer, anunciar e compensar. Há, por trás desses verbos, alguém dotado de poder, que executa as ações, que manda.

Vale mencionar, ainda, nesta notícia o uso, no final do texto, do verbo *amenizar*, utilizado pelo sindicato dos carregadores de carga, trata-se de um verbo sem força, pois quem discursa não é alguém do poder, é alguém da minoria. Esse tipo de discurso é classificado por Marcushi (2007) como Discurso Popular, confeccionado por indivíduos anônimos, irrelevantes em entrevistas e noticiários.

Diferentemente das notícias analisadas até aqui, a notícia 5 é construída por muitos verbos com valor negativo como *destruir*, *roubar*, *explodir*, *danificar* e *invadir*. Por abordar um assunto que não agrada o leitor, a utilização desses verbos somente intensifica o olhar negativo do leitor perante os criminosos. Ainda, nesta notícia, atentemo-nos, para o verbo “orquestrar”, este sim, surpreende o leitor, pois em contrapartida aos verbos de valor negativo mencionados aqui, o verbo “orquestrar” não possui tal conotação. Dizer, então, que “a polícia desconfia que a ação tenha sido orquestrada por integrantes do PCC”, atribui-se ao verbo um novo sentido, uma conotação irônica.

Analisando a notícia 6, podemos destacar o uso de verbos que fazem parte do Discurso Popular, já descrito por Marcushi (2007), pois são verbos que pertencem aos grupos de minoria, não existe, portanto, voz de autoridade. Os verbos *manifestar*, *lutar*, *reclamar* são atribuídos à população e fazem parte de seu discurso.

Já a notícia 7 possui verbos pertencentes ao *Discurso Popular* como *resistir* e *recolher*. Nesta notícia percebemos o intuito do enunciador em caracterizar os camelôs como pessoas infratoras, que não respeitam às leis., pode-se constatar isso através do uso do verbo “driblar”, pois neste caso há uma nova conotação atribuída a ele, conotação esta que desvaloriza os camelôs, que os coloca no campo daqueles que sempre querem levar vantagem.

Perante as análises feitas dos verbos de nosso *corpus*, concluímos que eles exercem uma ação sobre o que foi relatado e por isso, não podem ser analisados fora do contexto. Ademais, são peças cruciais num discurso, pois por meio de tais verbos encontramos traços da subjetividade.

3.3 Referência a dados estatísticos

Outro aspecto recorrente nas notícias do *Publimetro* é a constante referência a dados estatísticos e a órgãos ou institutos de pesquisas em notícias de temas políticos e econômicos. Nesse sentido, podemos utilizar os conceitos propostos por Van Leeuwen (1997, p.195). Segundo esse autor, há dois tipos principais de assimilação: a agregação e a coletivização. O primeiro quantifica grupos de participantes, tratando-os como dados estatísticos, o mesmo não acontece com o segundo. A agregação desempenha um papel crucial em muitos contextos. Como afirma Van Leeuwen, em nossa sociedade a maioria governa, não só em contextos em que os processos democráticos formais são usados para chegar a decisões, mas também, e especialmente noutros, através de mecanismos tais como sondagens de opinião, inquéritos, pesquisas de mercado, entre outros. É por essa razão que a agregação é, muitas vezes, usada para regulamentar a prática e para produzir uma opinião de consenso, mesmo que se apresente como um simples registro de fatos.

Podemos verificar isso nas próximas notícias. Na notícia 1, temos dados estatísticos e, como referência, um órgão importante, o IBPT, que dá credibilidade à notícia e que produz um consenso nas opiniões. Notamos que, embora haja um esforço da mídia em enfatizar a redução do IPI dos produtos industrializados e um consequente estímulo ao consumo, nessa notícia, os dados estatísticos e a referência a pesquisas procuram produzir uma opinião diferente: a de que mesmo com a redução dos impostos os consumidores ainda pagam valores a mais pelos produtos que comprem. Nesse sentido, a constante referenciação feita ao longo da notícia, a partir dos elementos IPI, carga tributária, tributos embutidos e impostos, é enfatizada pelo procedimento de agregação.

Notícia 1

(06/05/2009)

Referência específica:
IPI- Imposto sobre produtos industrializados
IBT- Instituto Brasileiro do Planejamento Tributário
Dados estatísticos:
27,28%
29,54%
36, 98%
37,88%
59,37%
34,30%

Na notícia 2, temos referência específica à cidade de Santos, ela é retomada como cidade e cidade do litoral paulista. Existe por parte do enunciador, um grande interesse em enaltecer a cidade de Santos, podemos verificar isso através do grande número de dados estatísticos contidos no texto, juntamente com um quadro que complementar. Verificamos também a referência ao IBGE e ao significado desta sigla, isso ocorre já no primeiro parágrafo do texto com o intuito de garantir ao leitor a veracidade dos fatos.

Nas notícias 2 e 3, também podemos observar esse comportamento por parte dos enunciador, há também dados estatísticos e o significado das siglas Dieese (notícia 4), TSE (notícia 5) e Bovespa (notícia 6). No entanto, podemos notar na notícia 2 alguns recursos que levam o leitor a interpretar a notícia de forma ambígua. Existe uma discreta crítica aos dados e as formas de obtê-los. A distância de tempo referente à data da realização da pesquisa e publicação desses dados é bastante significativa, pois neste período muitas mudanças socioeconômicas aconteceram, entre elas as eleições presidenciais e os novos programas e estratégias governamentais.

Vale dizer também que, ao final da notícia, notamos que a classificação de pobreza no Brasil é algo relativo e genérico, e que o acesso a diversos serviços e qualidade de vida não são levados em conta, apenas a alimentação e a sobrevivência são considerados.

sexta-feira 19 de dezembro de 2008

04 em foco

Subprefeitura arquiva apuração sobre máfia dos fiscais
Funcionários da subprefeitura da Mooca foram flagrados cobrando propina de camelôs em julho. Na época, 11 pessoas foram presas.

Santos tem menor índice de pobreza

Cidade é a primeira colocada em ranking do IBGE

O MUNICÍPIO DE Santos tem o menor índice de pessoas pobres em todo o país, segundo ranking divulgado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

Na cidade do litoral paulista, apenas 4,6% da população está abaixo da linha da pobreza. O município de Campos Lindos, no Estado de Tocantins, é último do ranking. Lá 84% dos moradores estão abaixo da linha de pobreza.

A classificação faz parte do Mapa da Pobreza e Desigualdade 2003, divulgado ontem. O documento foi produzido pelo IBGE, em parceria com o Banco Mundial, com base em dados colhidos nas Pesquisas de Orçamentos Familiares 2002/2003 e no Censo realizado em 2000.

Em todo o Brasil, cerca de um terço (32,6%) das cidades brasileiras tem mais da metade da população vivendo na pobreza.

A maior parte das cidades

Mapa da pobreza

Proporção de cidades onde mais de 50% da população vive na pobreza (em%)

No NE, 77% das cidades são pobres

O Mapa da Pobreza mostra que o Nordeste tem o maior índice de pessoas pobres do Brasil. Na região, 77% dos municípios tinham mais da metade de sua população vivendo abaixo da linha da pobreza (veja quadro). No outro extremo da lista, aparece a região Sul, onde em menos de 1% (0,9%) das cidades, mais da metade da população é considerada pobre.

(29,6%) onde mais de 50% da população é pobre está situada na faixa entre 20 mil a 50 mil habitantes, de acordo com o IBGE. Nenhuma das 13 cidades brasileiras com mais de 1 milhão de habitantes se enquadrava nessa situação.

Desigualdade

O mapa retrata em parte as desigualdades regionais. Entre os 25 municípios com a maior incidência de pobres, 23 estão nas regiões Norte e Nordeste. Já os 25 municípios com a menor porcentagem de pessoas vivendo abaixo da linha de pobreza estão no Sul e Sudeste.

A pobreza absoluta é medida a partir de critérios definidos por especialistas que analisam a capacidade de consumo das pessoas.

São consideradas pobres as pessoas que não conseguem ter acesso a uma cesta alimentar e de bens mínimos necessários à sua sobrevivência.

METR

(19/12/08)

Referência específica
Santos: cidade, cidade do litoral paulista
IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
Dados estatísticos contidos no texto
4,6% da população
84% dos moradores
Cerca de um terço (32,6%) das cidades
77% das cidades
77% dos municípios
1% (0,9%) das cidades
39,6% das cidades
Mais de 50%
20 mil a 50 mil habitantes
13 cidades brasileiras
Mais de 1 milhão de habitantes
25 municípios
23 municípios
25 municípios
Dados estatísticos contidos no quadro:
28,7% Norte
12,7% Centro-oeste
0,9% Sul
77,1% Nordeste
13,3% Sudeste
Brasil 32, 6%

Perante essa notícia, é possível dizer que apesar dos índices positivos referentes ao mercado de trabalho, o número total de desempregados é muito elevado e a melhora apresenta-se quase irrisória frente ao grave problema da empregabilidade no Brasil. Mais uma vez, notamos a comparação entre momentos diferentes do país, no começo e final da década de 2000, retratando a pouca evolução que houve no período.

EM SÃO PAULO

Desemprego é o menor desde 2001

A taxa de desemprego em São Paulo caiu de 13,3% em maio para 12,9% no mês passado. Esse foi o menor patamar registrado para meses de junho desde 2001, segundo o Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos).

De acordo com o levantamento, no mês pas-

sado havia 1,383 milhão de pessoas desempregadas em São Paulo, 39 mil a menos que em maio. No período, 68 mil vagas foram criadas e 29 mil pessoas entraram no mercado de trabalho.

No Brasil, a média de desempregados recuou de 13,2% para 12,7% em junho. A taxa é bem inferior à observada em junho de 2009: 14,6%. Com isso, 2.795 milhões de pessoas estão sem emprego no país. No último mês, 160 mil vagas foram criadas e 51 mil brasileiros conquistaram a primeira ocupação. ● METRO

(29/07/010)

Dados estatísticos:
13,3%
12,9%
1,383%
39 mil
68 mil
29 mil
13,2%
12,7%
14,6%
2.795 milhões
160 mil
51 mil
Referência específica
Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e estudos Socioeconômicos)

TSE anula 551 mil títulos eleitorais

O TSE (Tribunal Superior Eleitoral) cancelou ontem 551.456 títulos de eleitor. Foram afetadas pessoas que não votaram e não justificaram a ausência nas três últimas eleições.

Com 145.494 títulos cancelados, São Paulo liderou a lista do TSE. Os eleitores que tiveram o título cancelado não poderão participar de concursos públicos, buscar financiamento em bancos federais e tirar o passaporte.

Para regularizar a situação, o eleitor tem de ir a um cartório eleitoral e pagar uma multa de R\$ 3,50 para cada turno eleitoral em que deixou de votar sem apresentar justificativa.

METRO

(06/05/09)

Dados estatísticos:
551 mil
551.456
145.494
R\$ 3,50
Referência específica:
TSE- Tribunal Superior Eleitoral

Na notícia anterior, notamos a falta de dados e de justificativas mais apuradas, não existe uma análise profunda e investigativa do quadro e nem menção ao motivo da maior abstinência em São Paulo, nem ao menos sabemos, se o fato ocorreu na cidade ou no estado, já que possuem a mesma nomenclatura. Ao final, notamos que a punição é simbólica e fraca, reforçando o estigma de que as leis brasileiras não são obedecidas.

Bovespa tem dia instável

A BOLSA de Valores de São Paulo, Bovespa, teve um pregão marcado por instabilidades e fechou com alta de 0,30%, aos 36.776 pontos.

Pela manhã teve ganho de 5%, motivado pelo anúncio do pacote financeiro de US\$ 586 bilhões para evitar a de-

saceleração na economia da China.

À tarde a preocupação com a saúde financeira da General Motors ditou a oscilação das Bolsas nos Estados Unidos e no mundo. A Bovespa caiu quase 1%, mas fechou em alta de 0,30%.METRO

(11/11/08)

Referência específica:
Bovespa – Bolsa de valores de São Paulo
Dados estatísticos:
0,30%
36.766
5%
586 bilhões
1%
0,30%

Já, nesta última notícia, notamos que, apesar de o pregão ter fechado em alta, o discurso possui um tom pessimista, que destaca o momento duvidoso pelo qual passa a bolsa e os acontecimentos negativos como a crise na *General Motors*. O expressivo aumento de 5% oriundo do anúncio chinês, apesar de ser economicamente positivo, não possui grande importância dentro do discurso.

Concluimos, portanto, perante as notícias analisadas que embora os dados estatísticos deem credibilidade ao texto, muitas vezes, “mascaram” a crítica contida pelo enunciador, pois para analisar esses dados, devemos nos atentar para a construção geral do texto, bem como para as escolhas lexicais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas informações apresentadas sobre o jornal e verificando como a referenciação ocorre nesse meio de comunicação, é pertinente dizer que as notícias do jornal *Publimetro* são curtas, concisas, objetivas e diretas, marcas que compõem esse gênero textual, segundo Amaral (1997, p.45). Porém, mesmo assim, pode-se verificar traços da subjetividade, pois esses traços estão presentes nas escolhas do enunciador para construir o referente, escolhas essas compartilhadas com o conhecimento de mundo do interlocutor e de acordo com as intenções do produtor do texto, como afirma Koch (2003, p.41). Portanto, saber selecionar o gênero para organizar um discurso implica conhecer suas características, para avaliar a sua adequação aos objetivos a que se propõe e ao lugar de circulação, por exemplo. Quanto mais se sabe sobre esse gênero, maiores são as possibilidades do discurso ser eficaz.

O que pudemos verificar também com as análises feitas foi como ocorre a representação dos atores sociais nesse jornal a partir do processo de referenciação. Notamos uma forte tendência à referência específica, a fim de destacar os elementos temáticos relacionados aos agentes governamentais e não à população. Esse tipo de referenciação pode ser compreendido a partir do conceito de antecipação (cf. ORLANDI, 2007, p.39), ou seja, como o público ao qual esse jornal se destina é de classe média, procura-se organizar a referenciação de modo que ela seja, na maioria das vezes, específica no que diz respeito aos agentes governamentais e genérica no que diz respeito à população, antecipando que esse público está mais interessado no mundo de quem governa e não no de quem é governado, que seria a classe trabalhadora de baixa renda. Ademais, ainda que consideremos o jornalismo como um texto imparcial, o processo de agregação presente nas notícias desse jornal, ou seja, a utilização de pesquisas para ratificar as informações dadas procura conduzir as opiniões do público leitor e essa seria uma característica da presença da subjetividade. Vale dizer também que, embora os dados estatísticos deem credibilidade ao texto, muitas vezes, “mascaram” a crítica contida pelo enunciador, pois para analisar esses dados, devemos nos atentar para a construção geral do texto, bem como para as escolhas lexicais.

Cabe lembrar que:

não podem existir textos totalmente explícitos, o produtor de um texto precisa proceder ao “balanceamento” do que necessita ser explicitado e do que pode permanecer implícito, por ser recuperável via inferenciação a partir das marcas ou pistas que o locutor coloca no texto ou do que é suposto por este como conhecimento partilhado com o interlocutor (KOCH, 2003, p.42).

Infere-se, portanto, que as expressões nominais remissivas funcionam como um pilar no texto, que permite ao leitor/ouvinte construir, com base na maneira pela qual se encadeiam e remetem umas às outras, um “script” que irá guiá-lo para determinados sentidos contidos no texto e, conseqüentemente, para as leituras possíveis que, a partir dele, se arrojam. (cf. KOCH, 2005, p.46).

Por fim, é válido acrescentar que, nem sempre o poder é exercido através de atos obviamente abusivos praticados por membros de um grupo dominante; antes, pode estar incorporado no grande número de ações consideradas rotineiras, como é tipicamente o caso de muitas formas de sexismo e de racismos cotidianos (cf. VAN DIJK, 2008, p.118).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALGAR, Antonio López de Zuazo. *Diccionario del Periodismo*. Madrid: Pirámide, 1977.
- AMARAL, Luiz. *Jornalismo*. Matéria de primeira página. 5.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.
- BAHIA, Juarez. *Jornalismo, Informação, Comunicação*. São Paulo: Martins Fontes: 1971.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARTHES, Roland. Estrutura da notícia. In: *Crítica e verdade*. São Paulo: Perspectiva, 1982.
- BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. *Introdução à Análise do Discurso*. Campinas: Unicamp, 2002.
- CALÇADA, Guiomar Fanganiello. A seleção lexical e a construção do sentido In: *Encontro Nacional da ANPOLL*. Caxambu: Anais do XI Encontro Nacional da ANPOLL, 1996.
- CALLADO, Ana Arruda. O texto em veículos impressos. In: CALDAS, Álvaro (org.) *Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet*. Rio de Janeiro/ São Paulo: ED PUC-RJ/Edições Loyola, 2002.
- CITELLI, Adilson. *Linguagem e persuasão*. São Paulo: Ática, 1991.
- DIAS, Ana Rosa Ferreira. Mídia e interação: Estratégias de envolvimento do leitor na construção do discurso da notícia In: PRETI, Dino (org.) *Oralidade em diferentes discursos*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.

DUCROT, Oswald. *Polifonia y Argumentación: Conferencias del Seminario Teoría de la Argumentación y Análisis del Discurso*. Cali: Universidad del Valle, 1988.

ECO, Umberto. *Leitura do texto literário*. Lisboa: Presença, 1979.

EISENSTEIN, Elizabeth. *A revolução da cultura impressa*. Os primórdios da Europa moderna. São Paulo: Ática, 1998.

ERBOLATO, Mario L. *Técnicas de codificação em jornalismo*. 5ª edição. São Paulo: Ática, 1991.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse and Social Change*. London: Polity Press, 1992.

FIORIN, José Luiz. *Linguagem e ideologia*. São Paulo: Ática, 2004.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. *Linguagem e ideologia*. 7 ed. São Paulo: Ática, 2000.

GRILLO, Sheila. V.C. *Formas de produção do real na imprensa brasileira: a greve dos petroleiros e gêneros do discurso nos jornais Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo*. Tese de doutoramento. São Paulo, 2001.

GUIMARÃES, Elisa. *Texto e articulação*. São Paulo: Ática, 2007.

HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública. Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HOFFNAGEL, J. (Org.); FALCONE, K. (Org.). In: VAN DIJK, Teun A. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto, 2008.

KAMP, H.; REYLE, U. *From Discourse to Logic: introduction to modeltheoretic Semantics of Natural Language, Formal Logic and Discourse Representation Theory*. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 1993.

KOCH, Ingedore Grunfeld Villaça. *A coerência textual*. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. *O texto e a construção de sentidos*. São Paulo: Contexto, 2003.

_____. Referenciação e orientação argumentativa In: *Referenciação e discurso*. São Paulo: Contexto, 2005.

LAGE, Nilson. *A estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 1999.

_____. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2001.

LUSTOSA, Elcias. *O texto da notícia*. Brasília: UnB, 1996.

MALAGON, Alberto. *Notícia e Ideologia*. San Domingo: Editor de La UASD, 1977.

MANUAL DA REDAÇÃO. Folha de S. Paulo. São Paulo: Publifolha, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação e jornalismo: A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hackern Editores, 2000.

_____. *O capital da notícia: jornalismo como produção social de segunda natureza*. 2 ed. São Paulo: Ática, 1989.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. A ação de verbos introdutórios de opinião. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Fenômenos da linguagem: reflexões semânticas e discursivas*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de Redação e Estilo O Estado de São Paulo*. 3 edição, revista ampliada. São Paulo: O Estado de São Paulo, 1997.

MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial*. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, José Marques de. *Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MOSCA, Lineide do Lago Salvador. Subjetividade e formação de opinião na mídia impressa. In: GHILARDI, Maria Inês e BARZOTTO, Valdir Heitot (orgs.) *Nas telas da mídia*. Campinas: Editora Alínea, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga (org.) *Imprensa e poder*. Brasília/São Paulo: UnB/Imprensa Oficial do Estado, 2002.

NASCIMENTO, Erivaldo Pereira do. *Jogando com as vozes do outro: argumentação na notícia jornalística*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

NOBLAT, Ricardo. *A arte de fazer um jornal diário*. São Paulo: Contexto, 2002.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 2007.

PEDRO, Emília Ribeiro (org). *Análise Crítica do Discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, 1997.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. *Análise crítica do discurso: do linguístico ao social no gênero midiático*. São Cristovão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

PERELMAN, Chên, OLBRECHTS-TYTECA. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PESSOA, Marlos de Barros. O gênero notícia no Brasil: notas para uma história. In: RAMOS, Jânia; AKMIN, Mônica (orgs). *Para a História do Português Brasileiro*. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2004 (Artigos).

PLATIN, Christian. *A argumentação: história, teoria, perspectiva*. São Paulo: Parábola, 2005.

PONTES, Cristina. *Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico*. Florianópolis: Insular, 2005.

RESENDE, Viviane de Melo; RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de Reportagem: notas sobre Narrativa Jornalística*. 5ªed. São Paulo: Summus, 1986.

SODRÉ, Nelson W. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOUZA, Pompeu de. A chegada do “lead” no Brasil. *Revista de Comunicação*, 1978.

VAN DIJK, Teun A. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. *Ideologia y discurso*, Barcelona: Ariel, 2003.

_____. *News as discourse*. Hillsdale/ NJ: Lawrence Erlbaum, 1987.

_____. Principles of discourse analysis. *Discourse and Society*: 4: 1993.

VAN LEEUWEN, Theo. A representação dos actores sociais. In: PEDRO, Emília Ribeiro (org). *Análise Crítica do Discurso – Uma perspectiva sociopolítica e funcional*. Lisboa: Caminho, AS, 1997.