

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS
Programa de Pós-Graduação em Letras

O DISCURSO DA MÍDIA IMPRESSA:
um estudo sobre o processo persuasivo nos gêneros capa, editorial e seção cartas

Maria Alzira Leite

Belo Horizonte
2009

Maria Alzira Leite

**O DISCURSO DA MÍDIA IMPRESSA:
um estudo sobre o processo persuasivo nos gêneros capa, editorial e seção cartas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Orientador: Professor Doutor Paulo Henrique Aguiar Mendes.

**Belo Horizonte
2009**

FICHA CATALOGRÁFICA

Elaborada pela Biblioteca da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

L533d	Leite, Maria Alzira O discurso da mídia impressa: um estudo sobre o processo persuasivo nos gêneros capa, editorial e seção cartas/Maria Alzira Leite. – Belo Horizonte, 2009. 97 f. Orientador: Paulo Henrique Aguiar Mendes Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação Letras Bibliografia. 1.Revista VEJA – Crítica e Interpretação. 2. Revista ISTOÉ – Crítica e Interpretação. 3. Análise do discurso. 4. Enunciação. 5. Persuasão (Retórica). II. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação Letras. CDU: 800.852
-------	---

Maria Alzira Leite

O discurso da mídia impressa: um estudo sobre o processo persuasivo nos gêneros capa, editorial e seção cartas.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.
Belo Horizonte, 2009.

Professor Doutor Paulo Henrique Aguiar Mendes (PUC-MINAS) (orientador)

Professora Doutora Juliana Alves Assis (PUC-MINAS)

Professor Doutor Wander Emediato de Souza (UFMG)

Dedico este trabalho à minha família:

*“Das muitas coisas
do meu tempo de criança
guardo vivo na lembrança
o aconchego de meu lar...”*

Padre Zezinho

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus por ter me dado sabedoria, discernimento e força para trabalhar e estudar nesses anos de pesquisa.

À minha, mãe, Júnia, por ser minha mãe e companheira; ao meu pai, Antônio, pelo apoio, inclusive financeiro; à minha irmã Carla, pelo incentivo e também pela preocupação com o meu bem estar.

À minha querida e sempre Paty, que perdi no decorrer desses dois anos, no entanto, não me esqueço do seu olhar manso e meigo.

À Kaká e a Léia, minhas companheiras inseparáveis.

Ao Professor e Doutor Paulo Henrique Aguiar Mendes pelo acompanhamento e por acreditar em meu trabalho.

À professora e Doutora Jane Quintiliano Silva pelo profissionalismo, pelo carinho e paciência em ouvir os meus desabafos e esclarecer as minhas dúvidas. Acredito que já disse isso em outras ocasiões, mas gostaria de reiterar: tenho muita admiração por você.

A professora e Doutora Helena Gramiscelli Magalhães, pela atenção, pelo otimismo, pela revisão do trabalho e mais do que isso, pelas trocas enriquecedoras.

Às professoras e Doutoradas Malu, Juliana, pelas dicas, à Maria Ângela e Virgínia pelos elogios e por me acolherem na oficina de Leitura e Produção de textos.

Aos professores e funcionários do Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos.

Aos amigos que conquistei durante o curso: Adilson, Jaqueline, Helena, Luciana, Kariny, Kelly, Regina, agradeço, sobretudo, por valorizarem tanto as minhas exposições.

Aos colegas das Oficinas de Leitura e Produção de Texto.

Ao grupo de estudo LEPTECO, pelas sugestões, pelas críticas, por me receber e me contagiar pelo espírito investigativo em torno da imagem do professor e o ensino da língua materna.

Aos professores do UNI-BH, eternos mestres.

À CAPES pelo apoio financeiro.

Aos leitores das Revistas VEJA e ISTOÉ que me atenderam e colaboraram com a pesquisa, enviando as cartas originais para análise.

Aos colegas professores do Colégio Santa Cruz e do Colégio Metrópole.

Aos meus alunos das 5ª e 6ª séries e aos do 3º. ano do Ensino Médio, do EJA: vocês fazem parte da minha história profissional.

Ai, palavras, ai, palavras,
Que estranha potência a vossa!
 Todo o sentido da vida
 Principia à vossa porta;
 O mel do amor cristaliza
 Seu perfume em vossa rosa;
 Sois o sonho e sois a audácia, calúnia, fúria, derrota...
(Cecília Meireles, Romance LIII ou das palavras aéreas,
 Romanceiro da Inconfidência.)

RESUMO

Esta dissertação apresenta um estudo semântico-argumentativo de textos da mídia impressa, com enfoque em temas relacionados ao governo Lula, à sua base aliada e ao PT (Partido dos Trabalhadores). O objetivo deste trabalho foi desenvolver um estudo comparativo entre as linhas argumentativas das revistas ISTOÉ e VEJA, observando o processo persuasivo em três gêneros: capa, editorial e carta do leitor. Para isso, foi realizado um estudo exploratório de 510 (quinhentos e dez) textos de cada uma das revistas citadas, do período de junho de 2005 a abril de 2008. Destes, foram selecionados 21 cuja temática enfocava a crise no Governo Lula. Durante a pesquisa, foram analisados a construção da tematização proposta pela capa, o discurso do editorial e as publicações dos leitores que legitimavam o que era proposto por cada uma das revistas. A hipótese que orientou este trabalho é que ISTOÉ e VEJA direcionavam a opinião do leitor através de um processo persuasivo que perpassava esses três gêneros. Os resultados mostram que essas revistas orientam, sim, a construção de uma dada imagem, cada uma delas com a pretensão de seduzir, manipular e angariar leitores, para seu modo de pensar e ver. A capa, o editorial e os fragmentos publicados são gêneros que auxiliam a esfera jornalística nessa empreitada. A revista ISTOÉ desenvolve sua argumentação numa perspectiva mais delgada, fixando-se em um *ethos* de esclarecimento. VEJA apresenta-se de maneira mais incisiva, comandando a cena, ou seja, assumindo e legitimando um *ethos* de denúncia.

Palavras-chave: Enunciação, Polifonia, Persuasão, mídia.

ABSTRACT

This dissertation presents a semantic discussion of the printed , media with a focus on themes related to President Lula's government, his base of supporters and the PT (Labor Party). The objective of this work is to develop a comparative study of the lines of reasoning of the ISTOÉ and VEJA magazines by observing their persuasive process as found in three genres: cover, editorial and letters from the readers. To accomplish that, the author developed an exploratory study of 510 texts from each of the above mentioned magazines between June 2005 and April 2008. Among them, 21 texts covering the crisis of Lula government were selected for study. The construction of the theme proposed on the cover, editorial speech and readers' letters validating the proposal of the magazine were thoroughly reviewed. The assumption underlying this work is that ISTOÉ and VEJA direct the reader towards a specific viewpoint by setting a persuasive process across those three genres. The results of the survey indicate that the magazines do determine the construction of a given image clearly intended to mislead, control and engage readers in the magazines' own way of thinking. Cover, editorial and published letter fragments are genres which actively help the press industry deliver their job. ISTOÉ develops a more tenuous reasoning supported by an explanatory ethos. VEJA has a more acute presentation, holding the stage and therefore assuming and validating an ethos of denunciation.

Key words: Enunciation, polyphony, persuasion, media.

LISTA DE FIGURAS

Figura	1	Ele sabia?	32
Figura	2	Lulla	41
Figura	3	Por que Lula ainda continua Lula	44
Figura	4	Lula ganha tempo	51
Figura	5	A imagem	59
Figura	6	Agora vem a parte mais difícil	60
Figura	7	A última chance	60
Figura	8	A esperança encurralada	72
Figura	9	Tem conserto?	78

LISTA DE ESQUEMAS

Esquema	1	Hipótese	17
Esquema	2	A palavra e a interação	26
Esquema	3	Uma voz que orienta	29
Esquema	4	Características do sujeito de fala	31
Esquema	5	Representação do dispositivo da encenação da linguagem	48
Esquema	6	Ato de linguagem	49
Esquema	7	Estrutura Triangular da Argumentação	50
Esquema	8	Ato de Linguagem (adaptado)	77
Esquema	9	Ato de Linguagem (adaptado)	83

LISTA DE QUADROS

Quadro	1	Seleção do <i>Corpus</i>	19
Quadro	2	Recorte do <i>Corpus</i>	20
Quadro	3	Conjunto de cartas 1	28
Quadro	4	Participantes da enunciação	30
Quadro	5	Carta 1	32
Quadro	6	Editorial 1	34
Quadro	7	Editorial 2	43
Quadro	8	Carta 2	44
Quadro	9	Carta 3	45
Quadro	10	Editorial 3	46
Quadro	11	Carta 4	46
Quadro	12	Carta 5	46
Quadro	13	Carta 6	49
Quadro	14	A proposta	52
Quadro	15	Editorial 4	53
Quadro	16	Carta 7	55
Quadro	17	Editorial 5	62
Quadro	18	Editorial 6	64
Quadro	19	Carta 8	67
Quadro	20	Carta 9	68
Quadro	21	Conjunto de cartas 2	70
Quadro	22	Editorial 7	73
Quadro	23	Conjunto de cartas 3	75
Quadro	24	Posicionamentos	76
Quadro	25	A proposta (adaptado)	77
Quadro	26	Editorial 8	79
Quadro	27	Conjunto de cartas 4	80
Quadro	28	Posicionamentos	83
Quadro	29	A proposta	83
Quadro	30	Comparação entre ISTOÉ e VEJA	86
Quadro	31	Editorial 2 (Anexos)	94
Quadro	32	Editorial 3 (Anexos)	96
Quadro	33	A imagem (Anexos)	97

LISTA DE ABREVIATURAS

Eão.	Enunciação
Loc.	Locutor
Edo.	Enunciado
EUc	Eu comunicante
EUe	Eu enunciador
Tud	Tu destinatário
Tui	Tu interpretante
Ex.	Exemplo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Justificativa	15
1.2	Objeto de pesquisa, problematização e hipótese	16
1.3	Objetivos	18
1.4	Metodologia	18
2	DA ENUNCIÇÃO À ARGUMENTAÇÃO	22
2.1	Benveniste: uma relação do sujeito com a língua	22
2.2	Bakhtin: a palavra e a interação	25
2.3	A representação polifônica integrada à argumentação	29
2.4	ISTOÉ e VEJA: um <i>ethos</i> de credibilidade?	42
2.5	A encenação da informação midiática	47
3	ANÁLISE DO CORPUS	57
3.1	Os gêneros do discurso	57
3.1.1	<i>A capa: uma vitrine</i>	59
3.1.2	<i>Editorial: um discurso persuasivo</i>	61
3.1.3	<i>Carta do Leitor</i>	66
3.1.4	<i>Os três gêneros e uma estratégia: a encenação</i>	70
3.1.4.1	<u>A rede de sentidos</u>	71
4	CONCLUSÃO	86
5	REFERÊNCIAS	89
6	ANEXOS	93

Eu sei que nada sei, mas desconfio de muita coisa.
(João dos Guimarães Rosa)

1 INTRODUÇÃO

1. 1 Justificativa

Em 2005, o país presenciou inúmeras denúncias de corrupção envolvendo representantes do Governo Federal e/ou de sua base aliada. Utilizando-se desse momento de agitação, os veículos de comunicação demonstraram um poder considerável, tentaram controlar e organizar os discursos e, acima de tudo, estabeleceram uma concorrência entre diferentes redes televisivas e impressas a fim de persuadir o leitor.

Inseridas nessa rede midiática impressa, estão as cartas dos leitores, organizadas em um determinado espaço, no qual cada sujeito defende o seu ponto de vista sobre um tema contemplado ou não pela revista. Porém, parece que, no momento da publicação, essas cartas são submetidas a um processo de controle da própria imprensa.

Assim, o interesse por desenvolver uma pesquisa em torno do discurso da mídia, com foco, primeiramente, na Seção Cartas, surgiu a partir da leitura de um artigo¹ de Ebel e Fiala (1981). Esse artigo estuda as estratégias persuasivas de um debate público na Suíça, no ano de 1974, momento da campanha política preparatória para o escrutínio de 20 de outubro. O debate era promovido por cartas e editoriais enviados à redação de um jornal. O tema girava em torno da aquiescência ou da recusa de uma iniciativa popular para inserir na Constituição Federal um artigo impondo uma taxa máxima de residentes estrangeiros na Suíça, fixando, inclusive, as medidas de expulsão de trabalhadores imigrantes excedentes da taxa estipulada. No decorrer das análises, os pesquisadores, Ebel e Fiala, observaram que a mídia divulgava apenas os fragmentos de cartas e excertos de editoriais convenientes ao ponto de vista que ela defendia.

Servindo-me dessa informação, comecei² a pesquisar as cartas publicadas em jornais e revistas do Brasil, cujo tema girava em torno do Governo Federal de 2005.

Na primeira etapa de minha pesquisa, observei que as primeiras cartas publicadas eram de elogio; em seguida, percebi que havia um “diálogo” entre elas, ou seja, se uma terminava com uma pergunta, a próxima a respondia. A seguir, notei que, se uma publicação

¹ La situation d'enonciation dans les pratiques argumentatives.

² Adotarei a 1ª. pessoa do singular na justificativa para deixar claro o grau de pessoalidade de sua elaboração e, também, para ilustrar a minha trajetória pessoal de pesquisa.

elogiasse a postura do Presidente LULA, esta era publicada por último. Na fase seguinte, comecei a escrever e a enviar correspondências para VEJA e ISTOÉ e percebi, muitas vezes, que, na realidade, de minhas cartas, eram publicados, nestas revistas, somente fragmentos do que eu escrevera, que, juntos a outros, formavam um único texto, ao qual chamo de ‘texto maior’. Dessa constatação, surgiram minhas primeiras inquietações e meus primeiros questionamentos:

- a) Que fragmentos das cartas eram selecionados para publicação?
- b) Haveria uma relação entre os fragmentos publicados de tal maneira que formassem um ‘texto maior’?
- c) Existiria uma orientação para a construção de uma determinada imagem do governo Lula?

Porém, ao longo da pesquisa, percebi que a orientação argumentativa de cada uma das revistas ultrapassava os limites da seção cartas, ou seja, envolvia outros gêneros. Então, comecei, também, a investigar as capas e os editoriais.

1. 2 Objeto de pesquisa, problematização e hipótese

Imparcialidade, verdade, informação, eis as palavras-chave que acompanham as novas campanhas publicitárias da esfera jornalística. Cada vez que surge um novo escândalo político, ou uma *tragédia* nacional, a mídia aí estará presente, criando uma cena de *verdade*, procurando informar ao povo e até mesmo buscando justiça. Assim, os veículos de comunicação iniciam uma concorrência e se tornam artefatos de todas as atenções.

Charaudeau (2006) nos chama a atenção, em seu livro “Discurso das Mídias”, para a seguinte questão: “as mídias nos manipulam”? Essa é uma resposta complexa, pois sabemos que um mesmo tema permite muitas leituras, garantidas, ainda, pelo fato de que os acontecimentos noticiados por jornais, revistas e TV são frequentemente apresentados de maneira bastante variada.

As pessoas tendem a pensar que, ao lerem um texto no jornal, automaticamente ficam cientes de como as coisas se passam na vida real. Na verdade se esquecem de que aquilo que leram é apenas uma versão dos fatos, ou seja, uma história construída por alguém que pode se valer de elementos verdadeiros, mas que, ao compor o seu texto, irá se projetar e se imiscuir nele. Além disso, ressalte-se que o ato de comunicar da esfera jornalística possui um poder

que abarca muitos leitores, fascina-os e estes a ela se tornam fiéis, como comprova este depoimento: “sou leitor de VEJA há mais de 15 anos e confio piamente no que é publicado. Para falar a verdade, eu nem confiro as publicações, pois acredito na idoneidade da revista.” (Leitor 1, MACEIÓ, 2008). Essas palavras me fazem lembrar os dizeres de Foucault:

Mas quando penso na mecânica do poder, penso em sua forma capilar de existir, no ponto em que o poder encontra o nível dos indivíduos, atinge seus corpos, vem se inserir em seus gestos, suas atitudes, seus discursos, sua aprendizagem, sua vida cotidiana. (FOUCAULT, 2001, p. 131)

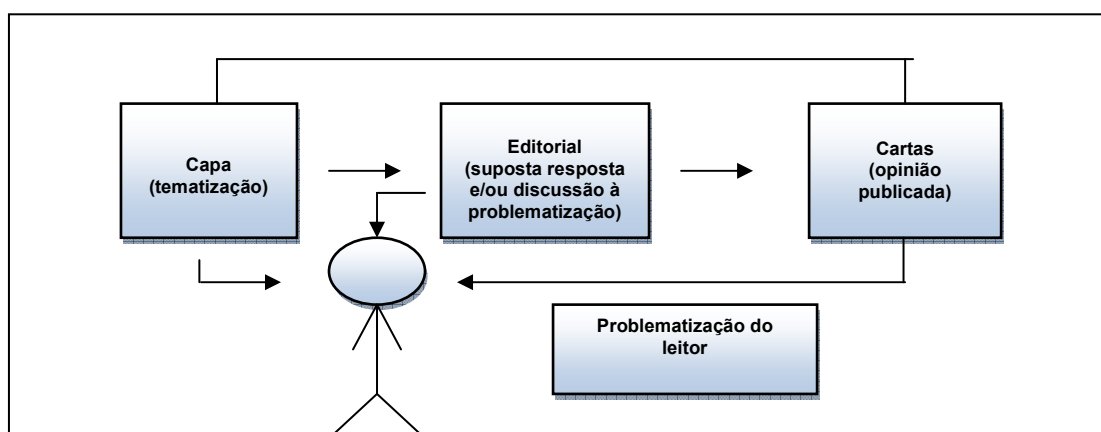
Na realidade, há uma cumplicidade entre leitor e mídia. O leitor abre espaço para a informação e se deixa seduzir pelo o que é apresentado.

Porém, um texto jornalístico não é elaborado aleatoriamente. Ele está vinculado à maneira como se conduz o discurso, isto é, à argumentação.

A argumentação nos enunciados da mídia não se restringe apenas a uma sequência pura e simples de palavras, mas ultrapassa os limites da mera informação, pois a força argumentativa de um texto se encontra frequentemente naquilo que está implícito, nas suas entrelinhas, no não dito, no seu discurso (CHARAUDEAU, 2008, p. 203).

É sob essa perspectiva que destacamos o objeto de pesquisa: o discurso da mídia impressa. E, a partir dele, surge uma questão a que esta dissertação tenta responder: como a imprensa conduz o leitor a um determinado posicionamento?

A nossa hipótese é que a mídia impressa, com sua reconhecida autoridade, apresenta um fato e orienta o leitor para um questionamento e ele, em seguida, problematiza o que foi apresentado na capa. Dando prosseguimento, o editorial supostamente responde e/ou discute a uma problematização, desenvolvendo-a e marcando uma posição. Por último, na seção cartas, há uma encenação de um processo de persuasão bem-sucedido.



Esquema 1 - Hipótese
Fonte: pesquisa do autor

1.3 Objetivo

Partindo de uma perspectiva enunciativa, neste trabalho desenvolvemos um estudo comparativo sobre as linhas argumentativas do discurso das revistas VEJA e ISTOÉ, com enfoque no governo Lula, em sua base aliada e no Partido dos Trabalhadores. A escolha por esses dois títulos se justifica por serem essas revistas nacionais as mais vendidas no Brasil, segundo a tabela geral de circulação do grupo abril.³

Para cumprir a tarefa, ao longo da dissertação buscamos responder:

- a) Como as revistas VEJA e ISTOÉ colaboram para a construção da imagem de Lula frente ao seu governo?
- b) Que estratégias persuasivas são mobilizadas para se construir essa imagem?
- c) E, afinal, qual é a imagem construída?

1.4 Metodologia

Segundo Chauí (1999), os procedimentos metodológicos guiam o trabalho intelectual. No processo de produção do conhecimento, o pesquisador elege o método que lhe parece mais apropriado à natureza do assunto a ser estudado.

Nesse sentido, primeiramente, foi dispensada uma atenção à enunciação, ou seja, ao momento de denúncias contra o Governo Federal e sua base aliada. Em seguida, observamos as relações entre locutor e alocutário, bem como as ocorrências dos enunciadores. Dando prosseguimento, analisamos as imagens projetadas por cada uma das revistas. Concentramos, também, nos atos de linguagem e na rede de sentido que compõem o aspecto persuasivo midiático.

Seguindo essa linha, norteamos-nos pelos seguintes passos:

- **Observação:** estudo criterioso do material publicado na seção cartas nos concentrando nos pontos de vista de cada fragmento nelas publicado e na ordem em que estes aparecem.

³ http://publicidade.abril.com.br/geral_circulacao_revista.php

- **Contato telefônico:** obtenção das cartas originais para comparar o teor do que foi escrito pelo leitor e o do publicado pela revista.
- **Escrita:** elaboração das minhas cartas para as revistas e o acompanhamento de suas publicações.
- **Verificação:** exame do grau de atenção que cada uma das revistas reserva a temas ligados ao Governo Lula, sua base aliada e ao Partido dos Trabalhadores.
- **Recorte:** quantificação do número de capas, editoriais e fragmentos publicados na Seção Cartas no 2º. semestre de 2005.
- **Análise:** investigação sobre o processo persuasivo.

Para um estudo exploratório do tema: “Governo Lula, sua base aliada e Partido dos Trabalhadores, foram analisados 510 (quinhentos e dez) textos das Revistas VEJA e 463 (quatrocentos e sessenta e três) de ISTOÉ, no período de junho de 2005 a abril de 2008.

TEMA CENTRAL: GOVERNO LULA, SUA BASE ALIADA E PARTIDOS DOS TRABALHADORES			
REVISTA VEJA			
CAPAS	EDITORIAIS	CARTAS PUBLICADAS	CARTAS ORIGINAIS
40	29	426	55
REVISTA ISTOÉ			
29	69	332	33

Quadro 1 - Seleção do *Corpus*
Pesquisa da autora

Como o *corpus* é muito extenso, no decorrer das análises fizemos um recorte, porque outros sub-temas como denúncia, fraude, corrupção, omissão, ética, cartões corporativos, reeleição, entre outros, foram surgindo a partir do tema central. Assim, do total mencionado anteriormente, optamos por 21 textos de 2005 a 2008, tendo escolhido como temática: crise no Governo Lula.

TEMA: CRISE NO GOVERNO LULA		
REVISTA VEJA		
CAPAS	EDITORIAIS	CARTAS PUBLICADAS
5	4	2 conjuntos
REVISTA ISTOÉ		
4	4	2 conjuntos

Quadro 2 - Recorte do *Corpus*
Pesquisa da autora

Para a análise do *corpus* selecionado, a opção foi pela pesquisa qualitativa, porque com ela, o pesquisador pode desenvolver conceitos, ideias e entendimentos. (RENEKER, 1993).

Esta dissertação está dividida em Introdução, Fundamentação Teórica, Análise do *Corpus* e Conclusão. Na introdução apresentamos o porquê do trabalho com a mídia, o objeto de pesquisa, a “problematização” que nos instiga a desenvolver um posicionamento, os objetivos e a metodologia. No capítulo 2, quadro teórico, trilhamos um percurso entre as Teorias Enunciativas, Argumentativas e Análise do Discurso. No Capítulo 3 procedemos às análises do material selecionado e ao estudo comparativo entre as revistas ISTOÉ e VEJA. Na Conclusão tecemos as considerações finais sobre o perfil de cada uma das revistas, em análise e, também, sobre a encenação persuasiva que orienta o leitor por meio de uma rede de sentido.

Com esta investigação, esperamos estar, de algum modo, contribuindo para um melhor entendimento sobre o funcionamento do discurso na sociedade, esclarecendo aspectos da argumentação em textos midiáticos e sobre as estratégias de persuasão dos sujeitos do discurso.

Todo homem, orador, escritor ou poeta, todo homem que usa da palavra, não como de um meio de comunicação de suas ideias, mas como um instrumento de trabalho, deve estudar e conhecer a fundo a força e os recursos desse elemento da sua atividade.

(José de Alencar)

2 DA ENUNCIÇÃO À ARGUMENTAÇÃO

Ao se analisar um gênero textual, observamos as imagens, os enunciados e as palavras. No entanto, compreender o sentido de um texto, seu valor e efeito ali, naquele lugar e, a partir disso, construir possíveis significados, não é tarefa simples. Por isso, para interpretar um texto é importante considerar seus aspectos discursivos de forma integrada. Dentre esses aspectos, destacamos o agenciamento de vozes, os modos de dizer da esfera jornalística e o modo de organização textual que, juntos, podem engendrar uma cena enunciativa persuasiva e contribuir para uma determinada produção de sentido. Dessa forma, acreditamos que a enunciação e a argumentação “caminham interligadas”, não podendo ser analisadas como uma estrutura limitada, mas, sim, aberta, na qual há interação de caráter linguístico, discursivo e sócio-histórico.

O objetivo deste capítulo é desenvolver um estudo sobre o modo de organização argumentativo e a encenação persuasiva nos gêneros capa, editorial e seção cartas. Com esse intuito, procuramos estabelecer uma relação entre as Teorias da Enunciação, a Argumentação e a Análise do Discurso. Para isso, apresentamos dimensões sucintas que abarcam os conceitos das Teorias Enunciativas do campo da linguagem, com as considerações de Benveniste (1989, 1991); Bakhtin (1929, 1991) – Dialogismo e Polifonia -, Ducrot (1980, 1984, 1987) Teoria da Polifonia, Posto, Pressuposto e Subentendido -, a construção da imagem da mídia e como ela se perpetua segundo Amossy (2005) - e finalizamos com Charaudeau - abordando o quadro enunciativo do Ato de Linguagem e seus Sujeitos (1995, 2008) e, ainda, o Modo de Organização Argumentativo (2008).

2.1 Benveniste: uma relação do sujeito com a língua

Émile Benveniste desenvolveu um modelo de análise da língua especificamente voltado à enunciação. Considerado o linguista da enunciação, o eixo central de suas reflexões gira em torno do enfoque dado à noção de língua/linguagem e também à subjetividade.

Nesse sentido, a perspectiva de entendimento de língua para Benveniste está centrada no social, concebida no consenso coletivo. Para o teórico da enunciação (1989, p.63), “(...)

somente a língua torna possível a sociedade. A língua constitui o que mantém juntos os homens, o fundamento de todas as relações que por seu turno fundamentam a sociedade.”

Benveniste (1989) pensava na língua como um código fechado em si mesmo, estruturado por signos. Essa forma de refletir sobre a língua advém do seu entendimento de signo. Considerando sua forma de significação, propõe dois planos de sentido: o semiótico e o semântico. No primeiro, está o signo no sistema e, no segundo, há a expressão do sentido resultante da relação do signo com o contexto, ou seja, o modo de significar do enunciado (discurso). Para o autor, essa forma de significar é a língua como trabalho social. Desse modo, Benveniste vê a língua no seio da sociedade e da cultura porque, para ele, o social é da natureza do homem e da língua.

O entendimento de língua, mostrado por Benveniste, também vai refletir na sua concepção de linguagem. Esta não é entendida como aquela que serve de instrumento de comunicação ao homem. Em seu estudo ‘Da subjetividade na linguagem’, Benveniste (1991, p.285) questiona e critica essa noção de linguagem dizendo que “Falar de instrumento, é pôr em oposição o homem e a natureza” e assim nos mostra que não se pode mais conceber a linguagem e o indivíduo dessa forma porque “não atingimos nunca o homem separado da linguagem e não o vemos nunca inventando-a”. Na verdade, essa concepção deixa o indivíduo à margem da linguagem. O que propõe, então, é uma ideia de linguagem que ofereça ao indivíduo um *status* de sujeito, pois “é um homem falando que encontramos no mundo, um homem falando com outro homem, e a linguagem ensina a própria definição do homem”. Nesse âmbito, a linguagem será o lugar onde o indivíduo se constitui como falante e como sujeito.

Quanto à subjetividade, esta é entendida como “a capacidade do locutor para se propor como “sujeito”.” (BENVENISTE, 1991, p. 288). Essa proposição como sujeito tem como condição a linguagem. “É na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito; porque só a linguagem fundamenta na realidade, na sua realidade que é a do ser, o conceito de ego”. (BENVENISTE, 1991, p. 288). Essa propriedade da subjetividade é determinada pela pessoa e o seu *status* linguístico. Além disso, para o referido autor, a subjetividade é percebida materialmente num enunciado através de algumas formas (dêixis, verbo) que a língua empresta ao indivíduo que quer enunciar; e quando o faz, transforma-se em sujeito.

Cabe destacar, ainda, que Benveniste (1991) classifica as marcas linguísticas que têm o poder de expressar a subjetividade em pronomes e verbo, integrando essas duas classes de

palavras na categoria de pessoa. Assim, ao instaurar a categoria de pessoa, define as pessoas do discurso e considera eu/tu como as autênticas pessoas em oposição a ele – a não-pessoa. As pessoas eu/tu se caracterizam como categorias de discurso que só ganham plenitude quando assumidas por um falante, na instância discursiva. Essa tomada é sempre única, móvel e reversível, representando a (inter)subjetividade na linguagem. A terceira pessoa (a não-pessoa, ele), ao contrário, é um signo pleno, uma categoria da língua, que tem referência objetiva e seu valor independe da enunciação, declarando, portanto, a objetividade. A oposição entre os participantes do diálogo e os não participantes resulta em duas correlações: personalidade e subjetividade. A correlação de personalidade opõe a pessoalidade, presente em *eu/tu*, e a não pessoalidade, presente em *ele*; já a correlação de subjetividade descreve a oposição existente entre o *eu* (pessoa subjetiva) e o *não-eu* (pessoa não-subjetiva).

Em sua abordagem, ainda, Benveniste centraliza no sujeito que enuncia, toda a responsabilidade pelo ato enunciativo e, ao longo de sua teoria, salienta que “enquanto realização individual, a enunciação pode se definir, em relação à língua, como um processo de apropriação” (BENVENISTE, 1989, p.84). Isso quer dizer que se apropriar da língua é enunciar, fazer uso do aparelho formal da enunciação, isto é, do mecanismo de emprego da linguagem. “A enunciação”, então, “é este colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização” (BENVENISTE, 1989, p.82). Há, assim, uma relação do sujeito com a língua que a apropria, coloca-a em funcionamento e a faz significar.

Então, o locutor é visto como um elemento necessário e primário para a enunciação, porque ele faz mover a língua, convertendo uma estrutura abstrata de formas em uma forma concreta de discurso, observem:

Exemplo 1:

EÃO	Loc: ISTOÉ
	Edo: Por que Lula ainda continua Lula
	Manchete: ISTOÉ, 20/07/05.
	Aloc.: Leitores.

Apropria-se do sistema, ao anunciar a posição que tem sobre os objetos, através de índices (tempo e espaço):

Exemplo 2:

EÃO	Loc: ISTOÉ
	Edo: Segundo Mandato – AGORA VEM A PARTE MAIS DIFÍCIL
	Manchete: ISTOÉ, 08/11/06.
	Aloc.: Leitores.

Ao postular para si mesmo o lugar de EU, postula também o lugar do outro (TU).

Exemplo 3:

EÃO	Loc: Leitor (VEJA)
	Edo: Reeleição? (Leitor – TU) Esqueça!
	Cartas, VEJA, 29/06/05.
	Aloc.: Leitores.

Destacamos, ainda, que nas interações, qualquer forma linguística possibilita a reconstrução do processo enunciativo, ou seja, a fala vem de algum lugar na sociedade e é dirigida para outro lugar. Porém, uma enunciação acontece e deixa de existir no instante seguinte. Na realidade, essa é a condição que ela impõe para que o tempo possa emergir: um passado orientado por uma “crença” e um futuro, por um estado de “desejo”.

2.2 Bakhtin: a palavra e a interação

Mikhail Bakhtin é um dos mais respeitados filósofos da linguagem. Seus estudos voltam-se para a valorização da enunciação, da palavra e da fala dentro de uma natureza interativa e social. Nessa perspectiva, a enunciação para ele é:

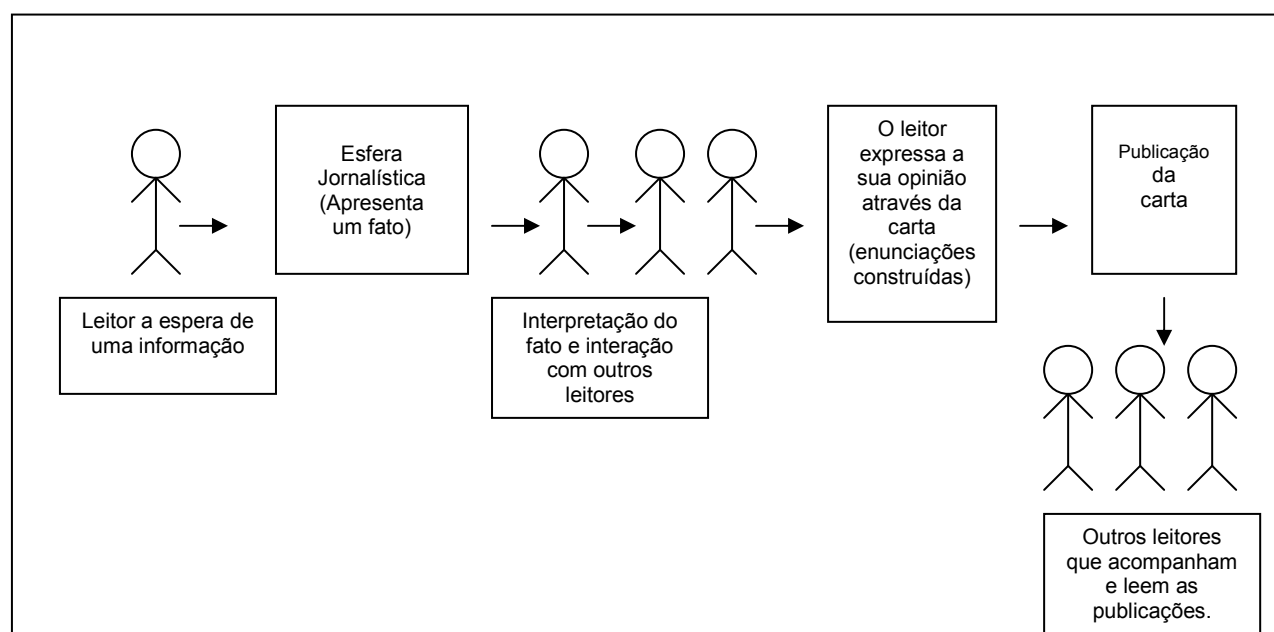
o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor. A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa desse interlocutor (...) (BAKHTIN; VOLOCHINOV, 2004, p. 112)

Esse enfoque dado à palavra é de grande relevância nos estudos bakhtinianos, pois provém de um EU e se dirige para um TU, constituindo-se o produto da interação. “A palavra é

uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia sobre mim numa extremidade, na outra se apoia sobre o meu interlocutor.” (BAKHTIN;VOLOCHINOV, 2004, p. 113)

Portanto, a língua se encontra inseparável do fluxo da comunicação verbal, sendo transmitida, não como um produto acabado, mas como algo que se desenvolve permanentemente na corrente da comunicação verbal. A realidade da língua não se reduz à sua materialidade linguística, mas está justamente em seu conteúdo vivencial e interacional.

Observe:



Esquema 2 – A Palavra e a interação
Pesquisa da autora

Nesse sentido, a linguagem, enquanto atividade, se processa por meio da interação verbal entre os interlocutores, ou seja, se materializa por meio das enunicações por eles construídas.

Por isso, ao buscar compreender a linha argumentativa de cada uma das revistas em análise, destacamos o espaço comunicativo da mídia impressa, na medida em que se desenvolve uma prática de comunicação interativa, através dos discursos escritos que os leitores compartilham com outros leitores. Ao participarem dessa prática, como diz Silva (2002), há o autor (remetente) que envia a carta ao editor (destinatário) da redação. Este atua também como um leitor avaliador. Em seguida, caso haja reformulação no texto-base para a sua edição, o editor apresenta uma função de (co)produtor com direito a reestruturar o texto. Na conclusão do processo, tem-se, de um lado, o autor, responsável pelo discurso e pela

opinião ali em funcionamento e, de outro, o público-leitor, destinatários e leitores do periódico.

Nesse processo, há uma interação de vozes que ressoam nas cartas e ali se sujeitam a um locutor e a um enunciador. Será, então, que poderíamos falar em polifonia ou dialogismo nesses gêneros?

De acordo com Paulo Bezerra (2005):

O que caracteriza a polifonia é a posição do autor como regente do grande coro de vozes que participam do processo dialógico. (...) A polifonia se define pela convivência e pela interação, em um mesmo espaço do romance, de uma multiplicidade de vozes e consciências independentes e imiscíveis, vozes plenivalentes e consciências equipolentes, todas representantes de um determinado universo e marcadas pelas peculiaridades desse universo. (BEZERRA, 2005, p.194 e 195)

Tanto o dialogismo quanto a polifonia se deliberam pela convivência e pela interação em um determinado espaço.

Bakhtin nos diz que:

A orientação dialógica é, bem entendido, um fenômeno característico de todo o discurso [...]. Em todos os caminhos que levam a seu objeto, o discurso encontra o discurso de outrem e estabelece com ele interação viva e intensa. (BAKHTIN *apud* TODOROV, 1981, p. 98).

Então, o dialogismo é o princípio constitutivo da linguagem e do discurso.

Para Bakhtin (1929), o conceito de polifonia diz respeito ao conjunto de vozes que repercutem em qualquer discurso. Nesse sentido, o enunciado não pertence somente ao emissor, é possível perceber no discurso ecos que provém de outro discurso.

Ducrot (1987) utiliza o conceito de polifonia, como veremos mais adiante, para mostrar que um locutor pode se valer de diferentes pontos de vistas para fundamentar o seu discurso.

Para que estes conceitos se tornem mais claros, observe o exemplo a seguir:

Jogos Pan-Americanos

Lindíssima a abertura dos Jogos Pan-Americanos! Parabéns a todos os que participaram da sua organização e execução. O momento mais marcante foi o das vaias ao senhor presidente. Pena que ele não tenha	O nosso presidente da República não precisa ficar triste com as vaias recebidas na solenidade de abertura dos Jogos Pan-Americanos do rio de Janeiro. Manifestações espontâneas como essa muitas vezes servem mais como incentivo para que
--	--

entendido que elas não foram do “Rio de Janeiro”, e sim de brasileiros que estão realmente cansados de ver um lobo em pele de cordeiro, que nada vê, nada sabe e nada faz para acabar com a corrupção e os desmandos deste país. Perdeu mais uma chance o senhor presidente (“O suspense durou até o final”, 18 de julho). Natal, RN - Leitor 2	trabalhe com responsabilidade, quando eleito para cargo tão importante. Belo Horizonte, MG – Leitor 5
Diz-se que o Rio repercute o Brasil. Na festa de abertura do Pan, provavelmente não estavam presentes nas arquibancadas os beneficiários (?) das “bolsas federais. Haja vista a recepção dada ao presidente deste país. Carioca, você mais uma vez me emociona. Você me engrandece! Rio de Janeiro, RJ - Leitor 3	Lula ficou triste com as vaías que recebeu na abertura do Pan. “Relaxa e Goza”, presidente. São Paulo, SP – Leitor 6
Apesar de todas as cores, dos figurinos e dos fogos, a vaia para Lula foi o momento mais bonito da abertura do Pan. O que ele esperava? Aplausos?São Paulo, SP – Leitor 4	

Quadro 3 - Conjunto de Cartas 1
VEJA, edição 2018, 25/07/07.

Em uma análise geral, verificamos que o subtítulo da Seção remete o leitor para o evento: Jogos Pan-Americanos (Pan). No entanto, o tema de maior repercussão naquele evento é o momento das vaías ao Presidente, que faz surgir um ‘texto maior’⁴, no qual a primeira carta pontua a beleza e a organização dos jogos, porém, já emerge uma voz inserida nesse fragmento, apontando para o assunto central (as vaías) que veicula uma crítica ao atual governo. No segundo, temos o retrato de um “Brasil corrupto”. Na terceira parte, retoma-se o tema central, mas caminhando para o lado pessoal (sentimental) do Presidente que fica mais claro no quarto excerto publicado. Essa orientação discursiva se fecha com a última carta em que o leitor cita a célebre frase da ex-Ministra Marta Suplicy: “Relaxa e goza!”

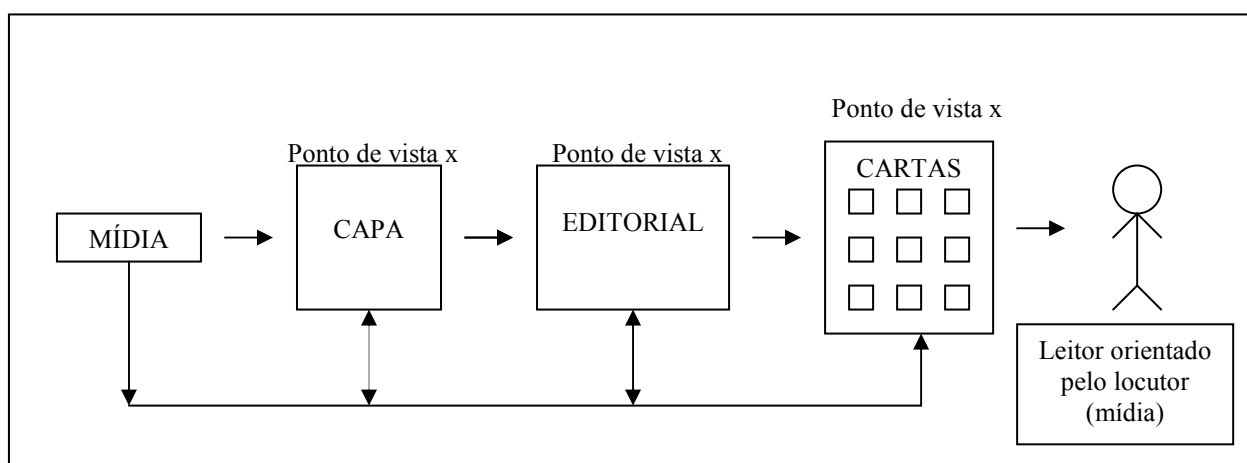
Sob a perspectiva Bakhtiniana, primeiramente, há os enunciados que são as unidades de comunicação social que se regularizam nas interações na forma de gêneros do discurso.

⁴ Denomino como ‘texto maior’ todas as opiniões publicadas a respeito de uma mesma temática, que juntas, formam um único texto.

Depois, a enunciação se constrói na interação tipificando o tema, o estilo, composição e seguindo um determinado curso histórico. E, em seguida, a mídia impressa, ao fazer uso desse gênero, vai regular e organizar as interações a partir do espaço Seção.

Observamos, então, que o dialogismo já se faz presente na interação dos leitores, que, são seres sociais, cidadãos críticos, vivem num contexto sócio-histórico, participam de uma situação enunciativa, mantendo relações entre discursos-enunciados com a revista, através de um determinado gênero para se manifestar.

Há indícios de que há muitas vozes ou discursos, de caráter ideológico que se cruzam, se completam, respondem umas às outras ou polemizam entre si no interior de cartas originais enviadas à redação. Porém, cabe destacar que a mídia comanda a ação:



Esquema 3 – Uma voz que orienta
Pesquisa da autora

Temos a revista como (locutor) e o mesmo ponto de vista se disseminado pela capa, editorial e seção cartas, denotando, desse modo, uma representação⁵ polifônica. Mais adiante, a subseção seguinte, e os trabalhos de Ducrot e Charaudeau confirmarão essa afirmação.

2.3 A representação polifônica integrada à argumentação

Iniciamos esta seção relembrando logo de início os dizeres de Ducrot: “...é possível servir-se de palavras para exercer uma influência, porque certas palavras, em certas

⁵ Nesse caso, a representação constitui uma encenação.

circunstâncias, são dotadas de eficácia.” (DUCROT, 1987, p. 163). Nessa perspectiva, ao analisarmos o discurso da mídia como um todo, ou mais especificamente, comparando os pontos de vista de VEJA em relação aos de ISTOÉ, encontramos um coro de vozes, que utiliza determinados posicionamentos com um valor argumentativo X, orientando o leitor a uma determinada conclusão Y.

Por isso, destacamos, aqui, os estudos da polifonia, segundo Ducrot (1984⁶) e também os conceitos de posto, pressuposto e subentendido para melhor compreendermos como o agenciamento de vozes contorna uma estrutura argumentativa persuasiva de tal forma a contribuir para a construção de uma determinada imagem do Governo Lula.

O conceito de polifonia aparece pela primeira vez na teoria de Ducrot, no primeiro capítulo de *Les mots du discours* (1980), a partir da tese de que, na descrição da enunciação que constitui o sentido do enunciado, deve-se distinguir o locutor, os enunciadores, alocutário e o destinatário, como podemos observar no quadro abaixo:

ENUNCIÇÃO = SENTIDO DO ENUNCIADO	
Locutor	Autor das palavras.
Enunciadores	Os agentes dos atos ilocucionários ⁷ .
Alocutário	A quem é dirigida a enunciação do locutor.
Destinatário	A quem se dirigem efetivamente os atos ilocucionários produzidos pelos enunciadores.

Quadro 4 – Participantes da enunciação
Pesquisa da autora

Essa distinção permite a explicitação das várias vozes que se manifestam e transitam pelos enunciados e que lhe conferem sentido.

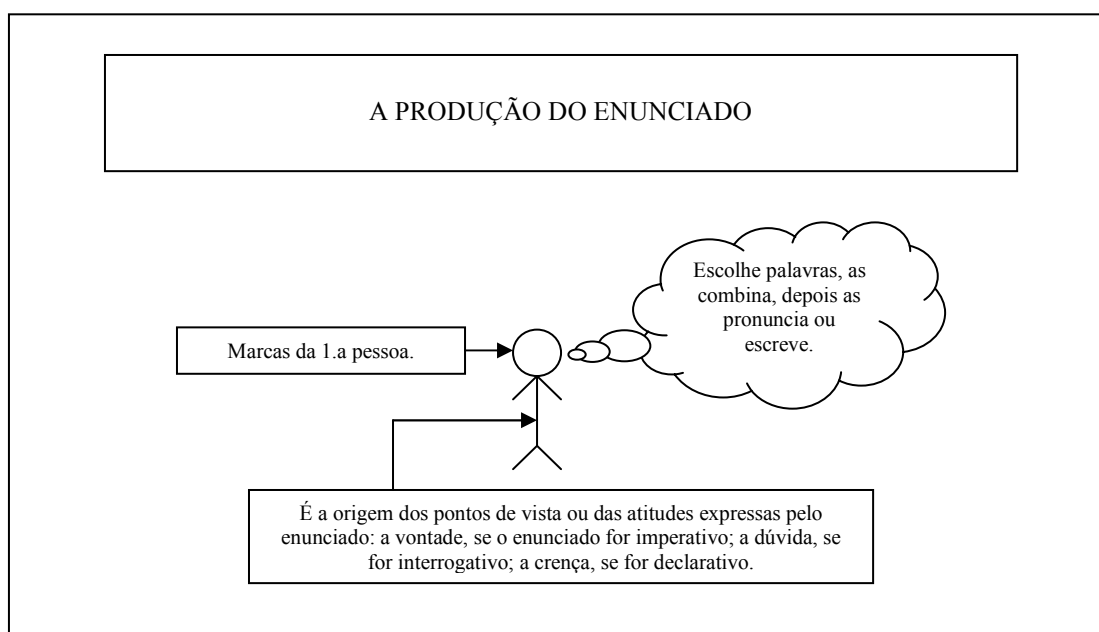
Então, é em 1984, na Teoria Polifônica da Enunciação, que Ducrot introduz a noção de polifonia nos estudos lingüísticos, questionando a concepção de unicidade do sujeito. No capítulo VIII de ‘O dizer e o dito’ (1987), para Ducrot, não é tão óbvio como a linguística

⁶ A primeira edição em português é de 1987.

⁷ Nesse momento da teoria, Ducrot ainda está ligado à pragmática anglo-saxã, no entanto, com a evolução de seus conceitos, já a partir de *O Dizer e o Dito* (1987), o autor vai abolir a pragmática de sua teoria semântica, principalmente pelo fato de não ver na língua um valor informativo.

postulou até então, que cada enunciado possua somente um autor. E começa, assim, a se discutir as propriedades do sujeito⁸.

Assim, Ducrot (1987) começa a sua reflexão em torno de algumas particularidades do sujeito. Primeiro, o sujeito é dotado de toda atividade psicofisiológica necessária à produção do enunciado. O sujeito é capaz de efetuar o “trabalho muscular” que possibilita tornar “audíveis” as palavras que compõem o enunciado e, ao mesmo tempo, ele realiza a atividade intelectual que está subjacente à produção do enunciado e que envolve a formação de julgamentos. Em seguida, enfatiza que no sujeito há uma particularidade que é a de ser o autor, pois é o sujeito que pergunta, afirma ou ordena. E, por último, o sujeito é designado em um enunciado pelas marcas de primeira pessoa, seja por um verbo cujo sujeito é eu, seja como proprietário dos objetos qualificados como meus, ou como aquele que se encontra no lugar denominado aqui.



Esquema 4 – Características do sujeito de fala
Pesquisa da autora

Vale lembrar, aqui, Charaudeau (1992), quando diz que as marcas de primeira pessoa podem desaparecer, dando lugar a formas linguísticas cuja função principal é apagar a responsabilidade ou participação do locutor com relação ao enunciado. Isso pode ser visto, por exemplo, nos editoriais. Charaudeau continua dizendo que esse apagamento pode ter dois

⁸ O sujeito que aí é contemplado não é um produtor de fala. É, antes, uma representação no sentido do enunciado.

efeitos: deixar o discurso “objetivo”, já que a “subjetividade” do locutor não aparece explicitamente, ou tornar o discurso verdadeiro, uma vez que é apresentado como certo.

Nesse âmbito, também são relevantes os dizeres de Maingueneau (1991) ao pontuar que o importante não é o NÓS, mas as estratégias discursivas nas quais o locutor se inclui. Desse modo, a partir de certas estratégias, podemos observar o posicionamento de VEJA e ISTOÉ se processando e se revelando através da capa, do editorial e da seção cartas.

Percebemos, então, que, na concepção tradicional, o sujeito da fala tem as três atribuições: produzir o enunciado, exprimir o seu ponto de vista através deste e ser referido pelas marcas da 1ª. Pessoa. Esta convergência não é problema quando se trata de um enunciado proferido em situações menos complexas, isoladas, o que o torna aparentemente fragmentado e simples: “Se ele não sabia, nós, leitores de VEJA, certamente já sabíamos.” No entanto, desde que as situações se tornem mais complexas, os problemas aparecem. Examinemos, a título de exemplo, o enunciado: “Se ele não sabia, nós, leitores de VEJA, certamente já sabíamos.”, na Seção Cartas, revista VEJA:



Figura 1 – Ele sabia?
Revista VEJA, edição 1913, 13/07/05.



“Se ele não sabia, nós, leitores de VEJA, certamente já sabíamos.”

Leitor 7

Sapucaia do Sul, RG

Quadro 5 - Carta I

Revista VEJA, edição 1914, 20/07/05.

Analisando o enunciado do leitor 7, reconhecemos que este leitor (ele) é o produtor, e também, o ser designado por um ‘nós’ (leitores), entretanto, o ponto de vista expresso não é somente o do leitor 7, mas de alguém (locutor/enunciador) que inicialmente contra argumenta: “ELE SABIA”? E na semana seguinte temos a resposta, na seção cartas, em destaque: “Se ele não sabia, nós, leitores de VEJA, certamente já sabíamos.”

As três características distintas do sujeito da fala remetem a três funções que Ducrot denomina: sujeito empírico, locutor e enunciador.

Por definição, entendo por locutor um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável, ou seja, como alguém a quem se deve imputar a responsabilidade deste enunciado. (DUCROT, 1987, p. 182)

Então, o locutor é o responsável pela enunciação e a ele é atribuída a responsabilidade das palavras. Ducrot (1987) refere-se à distinção que deve ser feita entre o locutor e o autor empírico, o produtor do enunciado e, para isso, dá como exemplo um abaixo-assinado em que a pessoa que assina é bem diferente do autor do texto do referido documento, mas, uma vez que tenha assinado, é considerada como um de seus locutores.

Já os enunciadores são os seres cuja expressão é veiculada pela enunciação, sem que, para isso, sejam atribuídas a eles palavras precisas:

“... eles são os sujeitos dos atos ilocutórios elementares, entendendo por isso alguns atos muito gerais marcados na estrutura da frase (afirmação, recusa, pergunta, incitação, desejo [augúrio], exclamação (...))” “Direi que o enunciador está para o locutor assim como a personagem está para o autor.” (DUCROT, 1987, p. 192.)

Ainda para Ducrot (1987), o locutor, enquanto responsável pelo enunciado, põe em cena, por meio deste, enunciadores dos quais ele (locutor) organiza os pontos de vista e as atitudes. Nesse sentido, o locutor manifesta sua própria posição em relação aos enunciadores que mobiliza, quer assimilando-se a um ou a outro, fazendo-os aparecer no enunciado para contestá-los ou para mencionar outros pontos de vista que não os próprios. O sentido do enunciado estaria, então, não só nas diferentes vozes que se manifestam através dele, mas, principalmente, na posição do locutor frente aos enunciadores que são por ele mobilizados na produção do enunciado. Reconstruir o sentido de um enunciado, conforme essa concepção, seria, em primeiro lugar, localizar o locutor e os enunciadores por ele postos em cena e, em uma segunda etapa, verificar qual é a atitude do locutor em relação a cada um dos

enunciadores que atualiza no enunciado. Observemos como isso se dá no exemplo a seguir. Primeiramente, o editorial completo e em seguida a análise de suas partes.

Além da imaginação

Hélio Campos Mello, Diretor de Redação

Já foi escrito por aqui que, se no Brasil houvesse uma competição entre ficção e realidade, a vitória acachapante seria da realidade. Mais recente prova disso são os ingredientes que, quase diariamente, alimentam o fantástico caldeirão onde, em fogo descontrolado, é servida a atual crise brasileira. Nem os mais férteis ficcionistas políticos poderiam produzir fatos e personagens como os que estamos testemunhando. Quem deles poderia imaginar e descrever com detalhes aquele dirigente de partido que está sob os holofotes da desconfiança e tenta passar por um aparelho de raio X de aeroporto com R\$ 200 mil dentro de uma mala, achando que nada será detectado? Além da imaginação também está o fato de o mesmo delirante personagem estar envergando uma cueca recheada de dólares. Muitos dólares. Nem da cabeça de um John Le Carré poderia sair a idéia de estampar na mala fatídica do infortunado personagem a frase “No stress”, para completar o nonsense da situação. Nesse desvairado folhetim político há ainda, pasmem, secretárias com sobrenome Boato, tesoureiros que atendem pelo nome de Lamas, armários que atingem olhos de depoentes das comissões de inquérito, enquanto policiais armados até os dentes invadem paraísos do consumo de luxo e aviões de igrejas são flagrados com fartos carregamentos de dinheiro. Como as explicações racionais para tamanha incompetência demonstrada não são suficientes, nem convincentes, ISTOÉ foi ouvir astrólogos, tarólogos e pais-de-santo para tentar desvendar a loucura reinante. O resultado dos búzios, das cartas e das previsões está na reportagem “Muito além da incompetência”, de Ana Carvalho, que começa à pág. 38. Boa leitura, paz e tranquilidade. Se é que isto é possível.

Quadro 6 - Editorial 1
Revista ISTOÉ, edição 1866, 20/07/05.

Quando falamos ou escrevemos, as escolhas linguísticas que fazemos e a forma de apresentar o nosso discurso estão vinculadas ao sentido que pretendemos dar ao texto.

Partindo desse princípio, observamos, no editorial, diversas marcas que nos indicam como a revista organiza os seus enunciadores. Então, inicialmente no texto do editorial, temos a presença de um locutor (ISTOÉ), dois enunciadores (1 e 2) e dos enunciatários (leitores).

De um modo geral, a construção do texto obedece a uma sequência em que se inclui uma rede de metáforas da *loucura* e da *comida*, como em “caldeirão onde, em fogo descontrolado, é servida a atual crise brasileira” (**delirante folhetim; desvairado personagem; loucura reinante; é servida a atual crise.**), e de comparações (**nem da cabeça de um John Le Carré poderia sair a ideia de estampar na mala fatídica do infortunado personagem a frase “No stress”**).

Já a polifonia se emerge em enunciados como: **“secretárias com sobrenome Boato, tesoureiros que atendem pelo nome de Lamas, armários que atingem olhos de depoentes das comissões de inquérito”** e **“Como as explicações racionais para tamanha incompetência demonstrada não são suficientes, nem convincentes, ISTOÉ foi ouvir astrólogos, tarólogos e pais-de-santo para tentar desvendar a loucura reinante. O resultado dos búzios, das cartas e das previsões está na reportagem “Muito além da incompetência”, de Ana Carvalho, que começa à pág. 38. Boa leitura, paz e tranquilidade. Se é que isto é possível.”**. Há, ainda nesses excertos, a marca da ironia que revela outras vozes (políticas, sociais, ideológicas) e subverte a fronteira entre o que é assumido pelo enunciador 2 e o que não é; essa ironia denuncia a presença de outra voz na enunciação que diz o contrário do que esse enunciador quer que o enunciatário compreenda: nenhum desses recursos místicos explicarão a realidade que deparamos diante dos fatos que falam por si. Assim, a ironia faz surgir dois efeitos, um de não *assumir* e outro de *discordância* em relação ao que se fala. Um índice da presença da ironia no texto em questão é o apoio do contexto para resgatar elementos contraditórios, estes característicos da ironia. O valor ilocucional indiciado nos enunciados irônicos desarma qualquer possibilidade de uma rede de inocência dos fatos comentados.

No entanto, nem sempre é fácil circunscrever a extensão da ironia, tropo que alguns autores consideram agressivo e outros, atitude defensiva. Desse modo, consideramos a ironia desse texto *paradoxal*, porque o enunciador 2 “invalida sua própria enunciação no próprio movimento pelo qual a enuncia” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 291). Além disso, “fazer ironia não é inscrever-se falsamente de maneira mimética contra o ato de fala anterior ou virtual, em todo o caso, exterior, do outro. É inscrever-se falsamente contra sua própria enunciação, apesar de produzi-la.” (BERRENDONNER *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 291).

E ainda, para se analisar esse texto, como quaisquer outros, o leitor precisa remeter a seus saberes e crenças prévios, como as relações de tempo e espaço, para projetar no presente,

fatos do saber acumulado que percorrem a história do texto, apontando para sua conjunção com o saber novo, isto é, os recentes fatos que envolvem personagens do governo e vão comparando em sequência: a descoberta da “realidade acachapante” que revela fatos inomináveis sobre a corrupção no país e cada um deles trazendo descrença e desilusão no governo. O enunciador 2 apresenta os fatos como uma competição entre ficção e realidade (metáfora de guerra), sendo esta a vitoriosa. Essa guerra é descrita com outra metáfora – a do caldeirão efervescente – cujo marco é o calor que aquece esse caldeirão e que pode levar à explosão (metáfora da raiva, da insatisfação (popular) que pode levar a uma explosão).

Na linha de pensamento de se ativar os saberes anteriores, observe que a locução adverbial “**por aqui**”, em “Já foi escrito por aqui que, se no Brasil houvesse uma competição entre ficção e realidade, a vitória acachapante seria da realidade.”, orienta o leitor para algo que já foi expresso outras vezes neste editorial e é retomado em 20 de julho de 2005, com a mesma amplitude. Então, o enunciador 2 fez uso de algo dito por um enunciador 1 para reiterar que a realidade no Brasil perpassa nossa imaginação. Daí se justifica também o título do editorial: “**Além da imaginação**”. O enunciador 2 continua desenvolvendo o seu argumento utilizando termos próprios de ficção e magia, além de uma linguagem metafórica e irônica para legitimar o seu posicionamento: o Brasil não é um país de faz de contas, mas em que se fazem as contas para se garantir o que se pode ganhar financeiramente e, sobretudo um país onde tudo pode acontecer. Exemplo disso são os enunciados: “**Mais recente prova disso são os ingredientes que, quase diariamente, alimentam o fantástico caldeirão onde, em fogo descontrolado, é servida a atual crise brasileira.**” Continua, enfatizando que os fatos e as atitudes inesperadas de certas pessoas no Brasil são criativas, inusitadas e inovadoras: “**Nem os mais férteis ficcionistas políticos poderiam produzir fatos e personagens como os que estamos testemunhando.**”

O enunciador 2 prossegue, convidando o leitor a refletir sobre as histórias mirabolantes que vivenciamos, aqui, no Brasil: “**Quem deles poderia imaginar e descrever com detalhes aquele dirigente de partido que está sob os holofotes da desconfiança e tenta passar por um aparelho de raio X de aeroporto com R\$ 200 mil dentro de uma mala, achando que nada será detectado?**” Aqui, novamente a ironia conclama o leitor a meditar.

Em seguida, retoma o título do editorial “Além da imaginação” para reiterar o seu argumento: não há ficção em nosso país. “**Além da imaginação também está o fato de o**

mesmo delirante personagem estar envergando uma cueca recheada de dólares. Muitos dólares.”

Nessa perspectiva, faz alusão **David John Moore Cornwell** - “John Le Carré”, renomado escritor britânico, – conclamando uma comparação irônica, e inviável, pois Le Carré seria menos competente que nossos funcionários governamentais em termos de criatividade; ironicamente, ele afirma que nem mesmo um autor desse gabarito teria capacidade para criar tais personagens para nossa história: **“Nem da cabeça de um John Le Carré poderia sair a idéia de estampar na mala fatídica do infortunado personagem a frase “No stress”, para completar o nonsense da situação.”**

Seguindo, então, para a conclusão de seu raciocínio, o enunciador 2 insere todos os fatos apresentados em um **“folhetim político”** e expõe diversos fatos constrangedores nos quais, algumas autoridades e pessoas ligadas a elas estão envolvidas. Na conclusão do editorial, temos o posicionamento ideológico do locutor (ISTOÉ) perante os fatos descritos: não há possibilidade de esclarecimento para a corrupção no país, o que aponta para a falta de seriedade das autoridades políticas no Brasil. O locutor quer deixar claro para o leitor que a revista tenta entender todos esses fatos por meio de uma reportagem ligada ao misticismo. **“Como as explicações racionais para tamanha incompetência demonstrada não são suficientes, nem convincentes, ISTOÉ foi ouvir astrólogos, tarólogos e pais-de-santo para tentar desvendar a loucura reinante. O resultado dos búzios, das cartas e das previsões está na reportagem “Muito além da incompetência”, de Ana Carvalho, que começa à pág. 38.”**

Ironicamente o locutor nos diz que só mesmo por meio do espiritualismo podemos entender o porquê de tanta desonestidade no meio político. E assim, se despede do leitor: **“Boa leitura, paz e tranquilidade”, mas deixando claro que conviver pacificamente diante de tantas “falcatruas” é muito difícil: “Se é que isto é possível.”**

Notamos que o Locutor apresenta o seu ponto de vista e a partir dele há o desdobramento de um enunciador. Na realidade este enunciador corresponde o próprio editorial que produz um posicionamento convergente com o do locutor. Assim, se revela a polifonia.

Notamos, assim, que ISTOÉ se coloca “por detrás” da (re) construção dos pontos de vista do locutor e enunciadores.

Essa ideia norteia a versão da teoria polifônica do sentido.

Destacamos, ainda, que no primeiro capítulo de *Polifonia y argumentación* (1988) Ducrot retrata de que forma a noção de polifonia pode ser usada em linguística e na Teoria da Argumentação na Língua, associando-a à Teoria dos Topoi, na descrição do sentido dos enunciados. Então, retomando o uso dessa concepção feito por Bakhtin (2002) para opor e caracterizar as formas dogmática e popular da literatura, Ducrot propõe adaptá-la à análise linguística do sentido, mostrando que o autor de um enunciado nunca se expressa diretamente, mas põe em cena no enunciado um certo número de personagens, como já foi dito, inclusive, anteriormente.

Por sua concepção polifônica, o sentido tem origem no confronto desses diferentes sujeitos. O sentido do enunciado é o resultado das diferentes vozes que nele são atualizadas. Então, com o objetivo de reafirmar sua contraposição ao postulado da unicidade do sujeito, Ducrot formula sua teoria polifônica da enunciação, segundo a qual em um mesmo enunciado estão presentes vários sujeitos com status linguísticos diferentes, uma vez que, para ele, a ideia de sujeito falante remete a várias funções bem diferentes: a de sujeito empírico, a de locutor e a de enunciador.

Cabe ressaltar que os conceitos que aparecem na versão anterior da teoria polifônica (1980 – 1987), referidos como vários sujeitos ou tipos de personagens são, agora, apresentados como “funções” que dizem respeito à ideia de sujeito falante.

O sujeito empírico é definido, nos textos de 1988, como o autor efetivo, o produtor do enunciado, cuja determinação, para o semanticista não constitui objeto da descrição semântica, pois está fora do enunciado, faz parte das condições externas de sua produção. A tarefa do linguista semanticista é descrever o que diz o enunciado, o que ele traz, ou seja, o que está no enunciado e que faz parte do seu sentido.

O conceito de locutor se mantém, nesse momento da Teoria, como o que se presume responsável pelo enunciado, a quem se atribui a responsabilidade pela enunciação no interior do próprio enunciado.

O locutor pode ser totalmente diferente do sujeito empírico, já que é um personagem fictício a quem o enunciado imputa sua enunciação. Por exemplo, retomando o discurso de Lula com relação ao Mensalão, quando ele diz “Eu não sabia”, eu posso dizer: Mas como, eu não sabia? Nesse enunciado, o eu não designa a mim que sou o sujeito que o produziu, mas faço referência ao personagem a quem quero me referir (ele), ou mais especificamente, criticar.

Há também, segundo Ducrot (1988), enunciados que não têm locutor, como é o caso dos provérbios, embora todo enunciado sempre tenha um sujeito empírico. Ao enunciar, por exemplo, “Nem tudo que reluz é ouro”, minhas palavras não são consideradas como as de um indivíduo particular, mas como advindas de uma sabedoria coletiva. Mas, vamos supor que o ditado popular: “Filho de peixe peixinho é” esteja na capa de VEJA sobreposto às fotos de Lula e seu filho. Nesse caso, o dito popular ganha um locutor que é a revista.

Com base na tese da linguística contemporânea de que “todo enunciado apresenta um certo número de pontos de vista referentes às situações de que se fala” (DUCROT, 1988, p. 19), o autor denomina enunciadores as origens desses diferentes pontos de vista expressos pelo enunciado. Esclarece, ainda, que os enunciadores não são pessoas, mas “pontos de vista” abstratos.

Assim, Ducrot mostra que, quando se interpreta um enunciado, percebe-se uma pluralidade de vozes diferentes das do locutor. Eis a polifonia se colocando tanto para estabelecer a significação da frase, como para descrever o sentido do enunciado, e trazendo, ainda, a possibilidade de se expressarem, ao mesmo tempo, diferentes pontos de vista.

Então, por meio do encontro de locutores e enunciadores se estabelece o jogo polifônico das vozes que compõem o discurso, com características linguístico-enunciativas de fenômenos como posto, pressuposto e subentendido.

Em 1969, Ducrot estabelece uma teoria semântica considerando que o enunciado produzido por um locutor pode ser desdobrado em dois *atos ilocutórios*: o de asserção ou posto e ato de pressuposição. O posto corresponde ao que está dito no enunciado, é de competência do locutor que, por meio dele, garante a realização do discurso: as novas informações se encadeiam e o faz progredir. Já o pressuposto possibilita ao locutor dizer implicitamente algo, que é apresentado como partilhado/admitido pelo interlocutor. Ducrot formula, ainda, uma terceira categoria, que se traduz pelo subentendido, o qual, assim como o pressuposto, é também um tipo de efeito implícito, mas, diferentemente do pressuposto, que é um sentido comum ao locutor e alocutário; o subentendido é uma inferência interpretativa, ou ainda, uma conclusão do alocutário.

Vale lembrar que na obra de Ducrot, ‘O dizer e o dito’, 1998, capítulo II - Pressupostos e Subentendidos (reexame), o autor aponta “falhas” referente à sua “concepção antiga”, das relações pressuposto-subentendido.

Os pressupostos, segundo a teoria clássica, são determinados unicamente pela frase da qual este enunciado é a realização: o pressuposto transmite-se sempre da significação para o sentido.

O subentendido, pelo contrário, é uma realização do enunciado, não estando marcado na frase e sim no enunciado: ele é sempre gerado de perguntas do tipo: “Por que o locutor disse o que disse?”, “O que tornou possível sua fala?”. (DUCROT, 1987, p.33). O subentendido acompanha o enunciado e só existe momentaneamente; está ligado apenas ao sentido, não tendo nenhuma relação de consequência com o significante. O autor neste ponto de sua exposição aponta para uma tese:

“A oposição pressuposto-subentendido reproduziria a distinção dos dois níveis semânticos, o da significação (frase) e o do sentido (enunciado): pressuposto e subentendido se opõem pelo fato de não terem sua origem no mesmo momento de interpretação”. (DUCROT, 1987, p. 33).

O autor utiliza mais um conceito: o de condição de emprego como conceito explicativo de pressuposto. Esta (condição de emprego), só pode caracterizar a frase, pois não haveria sentido em falar-se de condições de emprego do enunciado sendo o enunciado um emprego propriamente. Assim, temos que o pressuposto pertence antes de tudo à frase.

Seguindo o seu raciocínio, destaca que os “Os pressupostos de uma asserção são conservados quando esta asserção é transformada em negação ou em interrogação”. (DUCROT, 1987, p. 33). Ele considera hipócrita o ato de utilizar-se da expressão “os pressupostos de uma asserção” e iguala esta expressão em sentido a “frase”, indicando a possibilidade de substituição: este sem dúvida um dos pontos chave em que o autor deseja criar um pouco de polêmica e evidenciar a favor de sua teoria.

E assim, cruzando relações novamente, o autor nos coloca mais alguns conceitos chave para a conclusão: o conceito de ato ilocucional em oposição ao de ato perlocutório. Em resumo, ele expõe que o ato ilocutório está inserido na frase, induzindo imediatamente o interlocutor a um sentimento de obrigação, promessa, etc. Isto nos conduz novamente a conclusão de que o “poder pressuposicional” é transmitido da frase ao enunciado. Quanto ao subentendido, ele aponta o problema de que este é colocado em oposição no mesmo plano que o perlocutório, utilizando um exemplo ele nos apresenta a característica paradoxal deste raciocínio: o fato de que um mesmo tipo de ato pode ser descrito como perlocutório e ilocutório, o que o autor rejeita prontamente.

“ A aplicação ao problema da pressuposição é imediata. Se esta é um ato ilocutório como os outros, seria bastante surpreendente que fosse o único a ser ligado à frase. É necessário, então, admitir que pode aparecer ao nível mesmo do enunciado e até mesmo sob forma de subentendido. Haveria pressuposições subentendidas, como há pedidos subentendidos.”

Mais um novo critério é introduzido na discussão pelo autor: o critério de encadeamento.

“Se uma frase pressupõe X, e um enunciado dessa frase é utilizado em um encadeamento discursivo, por exemplo, quando se argumenta a partir dele, encadeia-se com o que é posto e não com o que é pressuposto (...) quando não se pode transformar, negativamente ou interrogativamente um enunciado, pode-se encadear a partir dele. (DUCROT, 1987, p. 37-38).

Nesse sentido, o autor afirma que, se aceita esta concepção, é possível reconhecer como pressupostos, em nível do enunciado, elementos semânticos que, nas teorias clássicas, não teriam o direito a esse rótulo. E assim, o autor finaliza sobre a pressuposição e nos diz que esta é uma “tática argumentativa dos interlocutores”; “ela é relativa à maneira pela qual eles se provocam (...)”, e conclui também que a utilização polêmica da linguagem não se acrescenta à língua, mas sim que a língua seria algo intrinsecamente polêmico. “Para dizer alguma coisa, faz-se o outro dizer o que se disse”. (DUCROT, 1987, p. 43). Para ilustrar essas considerações, observe o exemplo abaixo:



Figura 2 - Lulla
Revista VEJA, edição 1917, 10/08/05.

Esquemmatizando, temos:

Locutor: Revista Veja

POSTO: A imagem de LULA comparada à de COLLOR.

PRESSUPOSTO: LULA envolvido em corrupção.

SUBENTENDIDO: Lula sofrerá um Impeachment.

2.4 ISTOÉ e VEJA: um *ethos* de credibilidade?

De acordo com Amossy (2005), ao dizer algo, o sujeito já fornece pistas da sua imagem. Nem é preciso descrevê-lo explicitamente. Seu estilo, seu jeito de se expressar e suas crenças são suficientes para construir uma representação. Essa imagem facilita ou não a aceitação do discurso. No caso da mídia isso também acontece. O modo de abordar uma notícia, a escolha das palavras, o modo de enunciar também contribuem para a construção do *ethos*. Dessa forma, o leitor se identifica com a revista que mais lhe atende e se encaixa nesse *ethos*.

A construção da imagem que VEJA e ISTOÉ constroem de si próprias se constitui como uma peça fundamental de persuasão. Muitos autores ocupam-se do *ethos* e, por isso, há diversas visões teóricas sobre ele.

Na Análise do Discurso, o *ethos* diz respeito à construção de uma imagem de si no discurso. Dizer que os participantes do discurso criam uma auto-imagem por meio dele, é afirmar que o discurso possui as marcas do enunciador⁹ e do co-enunciador¹⁰, entendidos aqui como aqueles que interagem no processo discursivo. As imagens do enunciador e do co-enunciador agem no campo discursivo, de modo a se tornarem parte constituinte do processo enunciativo. À construção dessa imagem de si no discurso é o que se denomina *ethos*.

Não há como falar em *ethos*, sem retomar Aristóteles (1998)¹¹, responsável por sistematizar a Retórica como a arte da persuasão. Em Aristóteles, o *ethos* é abordado como ponto fundamental para o exercício da persuasão. Vale lembrar, que para o autor, há três espécies de provas empregadas pelo orador para persuadir seu auditório: o caráter/postura do orador – *ethos*; as paixões despertadas nos ouvintes – *pathos*; o próprio discurso – *logos*.

⁹ Enunciador tratado aqui na perspectiva de Maingueneau (2001), aquele a quem se outorga no discurso uma posição institucional que marca sua relação com o saber.

¹⁰ O co-enunciador, na mesma perspectiva acima, é aquele a quem o enunciador dirige o seu discurso, que não é entendido como uma figura dotada de passividade, mas que exerce um papel ativo no processo discursivo.

¹¹ Obra traduzida no Brasil por Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena.

O ouvinte se deixa convencer pelas três provas. O *pathos* é a representação dos sentimentos do próprio auditório. Para convencê-lo é preciso impressionar, seduzir, fundamentar os argumentos na paixão, para que se possa aumentar o poder de persuasão. Então, o *pathos* se liga ao ouvinte, sobre o qual recai a carga afetiva gerada pelo *logos* do orador.

Outro teórico que se destaca com relação ao *ethos* é Maingueneau (1997, 2001, 2005, 2006) quando retoma o conceito de Aristóteles. Porém, a análise do discurso vai além dos estudos retóricos, pois analisa as imagens criadas pelos enunciadores em todo e qualquer discurso. Então, retomando a ideia aristotélica, Maingueneau (2005) afirma que não existe um *ethos* pré-estabelecido, mais sim, construído no âmbito da atividade discursiva. Nesse sentido, a imagem de si é um fenômeno que se constrói dentro da instância enunciativa, no momento em que o enunciador toma a palavra e se mostra através do seu discurso.

Prezado leitor:

Onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo que todos os demais leitores do País. Pois VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros.

Quadro 7 - Editorial 2
Revista VEJA, edição 1, 11/09/1968.

Consideramos, o exemplo acima, de grande relevância, pois desde o início de sua trajetória, o enunciador de VEJA convida o leitor à informação e deixa claro o que a revista pretende ser: um sucesso. Como de fato é.

Ao sistematizar o conceito de *ethos* para a Análise do Discurso, em suas obras de 1997, o autor francês afirma que este se liga diretamente ao tom que engendra o discurso.

Esse tom estaria associado a uma “corporalidade” e ao caráter do enunciador. Ressalta, ainda, que, nos textos escritos, não há a representação direta dos aspectos físicos do orador, mas há pistas que indicam e levam o co-enunciador a atribuir uma corporalidade e um caráter ao enunciador. O caráter seria “o conjunto de traços psicológicos que o leitor-ouvinte atribuiu espontaneamente à figura do enunciador, em função de seu modo de dizer” (MAINGUENEAU, 1997, p. 47), enquanto a corporalidade, remeteria a “uma representação do corpo do enunciador, construído no processo discursivo”.

Gostaria de parabenizar a revista ISTOÉ pelo excelente empenho em demonstrar a verdade por trás da sujeira corrupta que atinge nosso país hoje. Parece que a administração do Brasil está cada vez pior e quem sofre é o povo brasileiro que confiou tanto no governo Lula. Parece que o conto de fadas, o suposto governo do povo, chegou ao fim e transpareceu a verdadeira face do PT, a máscara finalmente caiu.

Quadro 8 - Carta 2
Revista ISTOÉ, edição 1871, 24/08/05.

Notamos que a carta acima ilustra bem a representação que o leitor tem de ISTOÉ. Os termos publicados como: “parabenizar”; “excelente”, “empenho”, “demonstrar”, “verdade” ilustram a avaliação da revista pelo leitor e conclamam outros leitores para a credibilidade desse veículo.

Outro ponto que merece destaque nos estudos de Maingueneau (2005), diz respeito ao *ethos* dito e ao mostrado. O *ethos* dito é aquele por meio do qual o enunciador mostra diretamente suas características, dizendo ser essa ou aquela pessoa, ao passo que o *ethos* mostrado é aquele que não é dito diretamente (linguisticamente) pelo enunciador, mas é reconstituído através de pistas fornecidas por ele no seu discurso. O autor ainda observa: que “se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode negar, no entanto, [é notório] que o público constrói representações do *ethos* antes mesmo que ele (o enunciador) fale”. (MAINGUENEAU, 2005, p. 71). Desse modo, há uma distinção entre o *ethos* pré-discursivo e o *ethos* discursivo. O *ethos* pré-discursivo seria, portanto, a imagem que o co-enunciador faz do enunciador, antes mesmo que este último tome a palavra para si. O exemplo, abaixo, ilustra essas considerações:



Figura 3 – Por que Lula ainda continua Lula
Revista ISTOÉ, edição 1866, 20/07/05.

Na condição de leitor assíduo desta revista, gostaria de parabenizá-los pela forma profissional e imparcial com que vêm divulgando a crise política brasileira. Fui eleitor do PT apenas uma vez, quando da eleição de Lula. Confesso que meu sonho de mudança, alimentado pela vitória do PT, tornou-se terrível pesadelo. O PT, ao contrário do que sempre pregou, age da mesma forma que os partidos que sempre combateu. “Por que Lula continua Lula” (ISTOÉ 1866).

Quadro 9 - Carta 3
Revista ISTOÉ, 27/07/05.

A capa e o fragmento publicado na Seção Cartas fazem parte de uma cena enunciativa particular. A capa apresenta a chamada principal: Por que Lula ainda continua Lula, indicando a tematização e levando o leitor a problematizar algo. Nesse caso, emerge um *ethos* discursivo, o enunciador se mostra diretamente, (*ethos* dito), buscando a resposta e explicando um fato numa asserção indireta. Em seguida, as imagens da capa indiciando membros do governo em forma de boliche “caindo” e termos como “CPM”, “CORRUPÇÃO”, “MENSALÃO”, em uma bola, tentando derrubar a imagem de Lula no pino maior, fornecem pistas de um veículo da mídia que quer passar uma imagem de revista de visão, que prevê o que vai acontecer: Lula ainda se manterá no poder (*ethos* mostrado).

Em seguida, está o *ethos* pré-discursivo - a opinião publicada que elogia a revista e converge para o seu posicionamento. O co-enunciador tem uma imagem positiva do enunciador, haja vista as palavras de elogios: “leitor assíduo”, “parabenizá-los”, “forma profissional”, “imparcial”.

O *ethos* pré-discursivo, construído através das pistas citadas anteriormente, coincide com o *ethos* discursivo, mostrando no momento do discurso outro atributo: revista comprometida com a seriedade.

Outro aspecto, relevante, que destacamos, aqui, para a formação do *ethos* é o estereótipo. Charaudeau e Maingueneau (2004) nos dizem que os estereótipos podem ser formados como uma representação coletiva que subentende atitudes de indivíduos ou de grupos, direcionando comportamento. Então, um estereótipo pode ser entendido como um “rótulo” que é pré-atribuído a alguém.

Podemos retratar a questão da estereotipagem também para a mídia. O jornalismo está inserido no imaginário popular, sendo assim, é um dos campos que ajudam a formar certos “rótulos”, como demonstram certos excertos de VEJA:

(...) A frase de Rui Barbosa, que vale sempre citar, desdobra com beleza aquela que é a missão jornalística por excelência – a de fiscalizar o poder, independentemente de quem o tenha conquistado, *pelo bem do país*. É essa missão que VEJA leva a cabo semana após semana, desde que foi lançada, em setembro de 1968.(...)

(...) No caso de VEJA, o cantochão mais ouvido é que ela é “parcial”. Há quem o entoe agora, por causa da cobertura extensa e aprofundada que a revista faz dos escândalos que colocam em xeque o governo Lula. Como se fatos sobejamente provados fosse um diz-que-diz inconseqüente. Como se VEJA fosse antipetista. Nada mais longe da verdade. A revista não é, nem nunca foi inimiga de forçar políticas. (...) A revista é, simplesmente, a favor do Brasil.

Quadro 10 – Editorial 3
Revista VEJA, edição 1916, 03/08/05.

VEJA tem prestado um grande serviço à democracia brasileira. A última edição, acerca do risco Dirceu ("Ele assusta o governo", 3 de agosto), é uma obra-prima.

Leitor 8
Conceição do Araguaia – PA

Quadro 11 – Carta 4
Revista VEJA, edição 1917, 10/08/05.

Toda essa lama política pode até acabar em pizza, como se comenta, mas VEJA será lembrada e aclamada como o maior, melhor e mais fiel veículo de informação do país! Obrigada, VEJA, por você existir!

Leitor 9
Brasília, DF

Quadro 12 – Carta 5
Revista VEJA, edição 1917, 10/08/05.

O estereótipo de seriedade se instaura nos dizeres do editorial e é confirmado pelos leitores.

Amossy ao falar de estereótipo destaca que:

O orador adapta sua apresentação de si aos esquemas coletivos que ele crê interiorizados e valorizados pelo seu público-alvo. Ele o faz não somente pelo que diz de sua própria pessoa (frequentemente não é de bom tom falar de si), mas também pelas modalidades de sua enunciação. (AMOSSY, 2005, p. 126).

Assim, a representação coletiva de VEJA está interiorizada pelo seu público particular. Para esse público, a imagem de seriedade da revista é conhecida e os elogios atribuídos a ela são comuns para todos, servindo como uma forma de classificação positiva dentro da mídia.

O estereótipo de VEJA interfere na formação dessa sua imagem. Nesse sentido, o *ethos* dessa revista é construído e reafirmado em suas publicações pela relação entre enunciador e leitor.

2.5 A encenação da informação midiática

Vivemos em uma era de comunicação globalizada em que é fundamental compreender a forma como se estrutura discursivamente a vida social em nosso país e como o discurso se constitui um espaço de procedimentos estratégicos para expressões individuais.

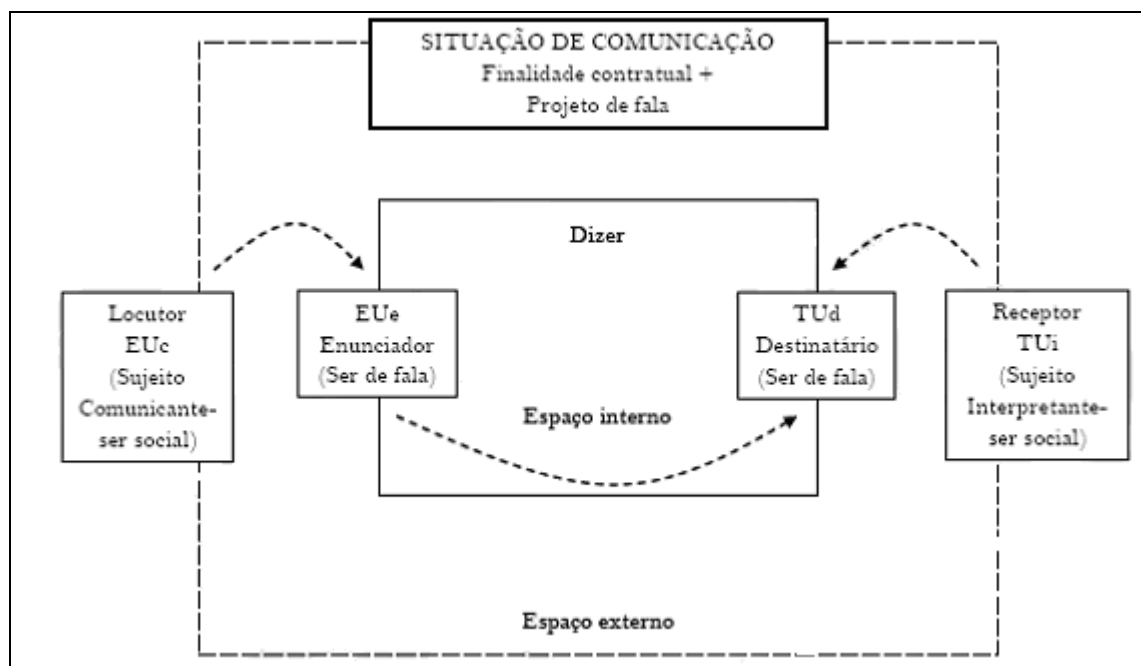
Então, falar de comunicação é fazer referência à imprensa. Ela, que é órgão dispositivo da informação jornalística, pode estar na base da formação crítica do eleitorado.

E assim, inseridos numa encenação da mídia, estão os atores sociais que utilizam a linguagem como uma forma de “poder”.

Segundo Charaudeau (2008), a linguagem se desdobra no “teatro” da vida social. A encenação resulta em diversos componentes sendo que cada um exige uma competência. A primeira é a **situacional** que leva em consideração a finalidade de cada situação e a identidade dos locutores e interlocutores que estão ali implicados e efetuam trocas entre si, de acordo com um dado domínio temático e através de um certo suporte material. A segunda é a competência **semiollingística** que organiza a encenação do ato de linguagem de acordo com os modos de organização do discurso: enunciativo, descritivo, narrativo e argumentativo. E por último, a competência **semântica** que constrói o sentido com a ajuda de formas verbais gramaticais ou lexicais, recorrendo aos saberes enciclopédicos e de crença que circulam na sociedade, levando em consideração a situação de comunicação.

Como pontua, ainda, o mesmo autor, a situação de comunicação possui dois espaços: um interno e outro externo. Ambos estão envolvidos no circuito de produção e interpretação. Assim, a proposição apresentada pelo autor é de que todo ato de linguagem resulta de um jogo

entre o implícito e o explícito, por isso nasce de circunstâncias de discurso específicas, se realiza no ponto de encontro dos processos de produção e de interpretação e, ainda, é encenado por duas entidades desdobradas: os sujeitos comunicante (Euc) e enunciador (EUE) no pólo da produção, e os sujeitos destinatário (TUd) e interpretante (TUi) no pólo da interpretação. Nesse aspecto, o ato de linguagem compõe-se de dois circuitos: a) o circuito da fala configurada (espaço interno) no interior do qual se encontram seres de fala, que são instituídos como imagens de sujeito enunciador (EUE) e de sujeito destinatário (TUd), construídas a partir de um saber ligado às representações languageiras das práticas sociais; b) o circuito externo à fala configurada (espaço externo) no qual se encontram os seres agentes que são instituídos histórica e socialmente como sujeito comunicante (EUC) e sujeito interpretante (TUi), de acordo com um saber associado ao conhecimento da organização do “real” (psicossocial) que sobredetermina estes sujeitos. Toda essa representação é esquematizada abaixo:



Esquema 5 – Representação do dispositivo da encenação da linguagem
Linguagem e Discurso – Modos de Organização – Patrick Charaudeau, 2008, p. 77.

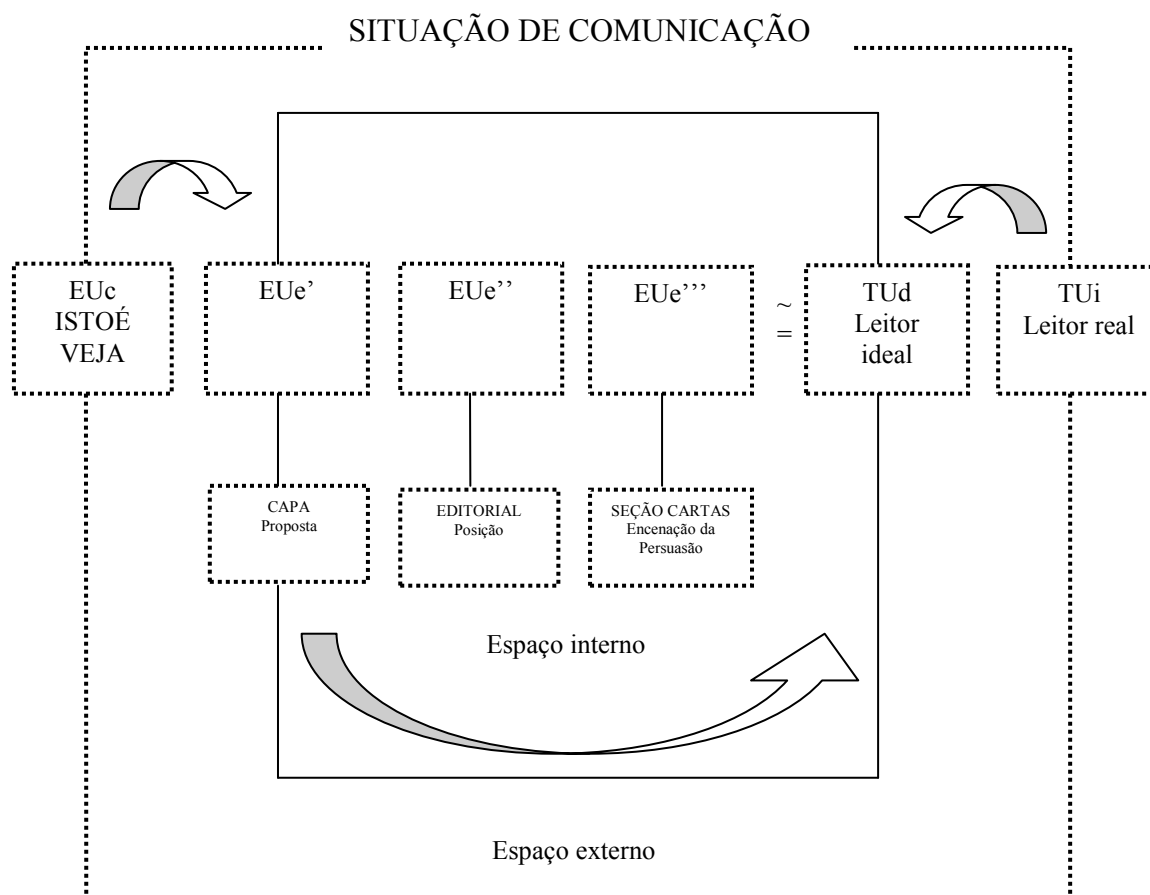
No caso do discurso da mídia, adaptamos a representação acima, considerando que o EUC desse contrato de comunicação são as revistas VEJA e ISTOÉ, se tornam sujeitos enunciantes a partir dos diferentes gêneros que as constituem, através dos quais se atualizam as suas “estratégias” discursivas. Então, no circuito externo, o TUi (Leitor real), em princípio, pode compartilhar ou não da mesma competência ideológica, dos mesmos valores e crenças

veiculados nas revistas. Na Seção Cartas, por exemplo, há leitores que discordam do posicionamento da revista e têm as cartas publicadas, sim, porém, em um conjunto de 10 cartas, às vezes, somente uma, apresenta essa discordância.

Acho legal os meios de comunicação no Brasil denunciarem a corrupção, mas tenho percebido que você estão indo muito além da denúncia. Não sou petista nem de esquerda, somente um brasileiro que mora fora e que torce muito pelo Brasil, mas esta última capa é demais da conta. Leitor 10 - Corona, Califórnia, EUA.

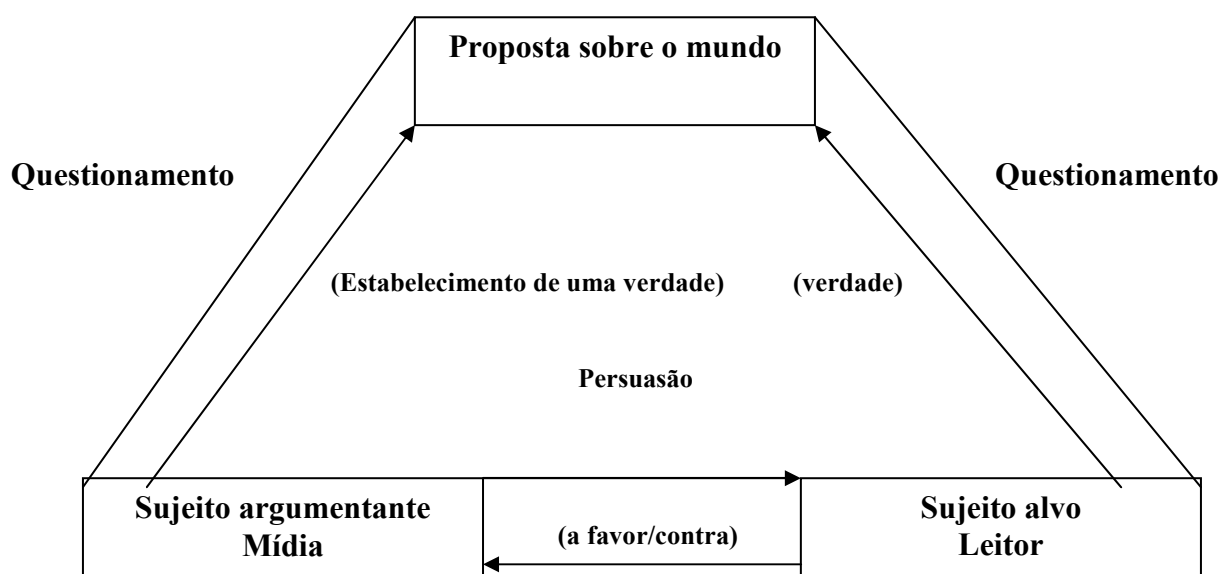
Quadro 13 – Carta 6
Revista VEJA, edição 1914, 20/07/05.

No circuito interno, há o mesmo enunciador que perpassa com o mesmo ponto de vista pela capa (uma proposta), segue pelo editorial com a sua (proposição), e finaliza na Seção Cartas com a (persuasão). Nele, temos o desdobramento das instâncias enunciativas, simulando uma polifonia, que na verdade, não se efetiva, pois o ponto de vista da revista é reiterado nos diferentes gêneros, inclusive na Seção Cartas do leitor.



Esquema 6 – Ato de linguagem (adaptado)
Pesquisa da autora

Essa formulação converge para a estrutura da argumentação proposta por Charaudeau (1992). Ele diz que, para que haja argumentação, é preciso uma afirmação (proposição, tese, proposta) sobre o mundo que provoque um questionamento, seja importante para alguém e cuja legitimidade possa ser sujeita a controvérsia; um quadro de problematização, introduzido pelo sujeito que argumenta e que orienta a perspectiva na qual ele insere o problema levantado em sua proposição; um sujeito que se engaja em relação a um questionamento (uma convicção) e desenvolve um raciocínio problematizador para tentar estabelecer uma verdade sobre a sua afirmação; um outro sujeito que, interessado pela mesma afirmação, questionamento e verdade, constitua o alvo da argumentação, ou seja, uma pessoa do interlocutor ao qual se dirige o sujeito que argumenta, esperando poder convencê-lo de uma mesma verdade, sabendo que ele pode aceitá-la ou não. Os aspectos considerados acima podem ser representados da seguinte maneira:



Esquema 7 - Estrutura Triangular da Argumentação
 Fonte: Linguagem e discurso – Modos de Organização (CHARAUDEAU, 2008)

Sob a linha de Charaudeau (2008), cabe lembrar, ainda, que na estrutura do discurso argumentativo alguns aspectos são fundamentais como: **uma afirmação** feita pelo sujeito sobre a verdade de algum fenômeno, seguida da análise de seus termos essenciais, que se contrapõe, explícita ou implicitamente a uma outra concepção; **um posicionamento** em que o sujeito explicita sua posição sobre o fenômeno posto em discussão e o avalia. Assim, a avaliação pode estar relacionada com cinco domínios: verdade (relativo ao verdadeiro ou ao falso), domínio da Ética (relativo ao bem e ao mal), domínio da Pragmática (relativo ao eu é útil ou inútil), domínio da Estética (do belo e do feio), domínio Hedônico (relativo ao prazer,

ao que é agradável ou não); **um quadro de problematização** que insere a argumentação em uma perspectiva social, econômica, política, ideológica, religiosa, científica, matemática, epistemológica, moral. Geralmente associado a um dos cinco domínios mencionados acima, o quadro de problematização explicita uma orientação que o sujeito que argumenta quer dar ao seu discurso; **uma formulação dos argumentos**, já que não se pode argumentar bem sem apresentar argumentos que possam ser aceitos pelo interlocutor; **uma conclusão**, ou seja, uma dedução ou inferência a que se quer chegar, a partir dos argumentos apresentados, sua pertinência e adequação ao quadro de problematização apresentado.

E, assim, nessa perspectiva de Charaudeau, o dispositivo argumentativo se instaura pela PROPOSTA, PROPOSIÇÃO E PERSUASÃO nas revistas ISTOÉ e VEJA.

A **proposta** possui uma ou mais asserções sobre os fenômenos do mundo por meio de uma relação argumentativa. Exemplo:



Figura 4 – Lula ganha tempo
Revista ISTOÉ, edição 1870, 17/08/05.

Os enunciados da capa parecem conduzir a sequência do discurso, orientando o leitor para uma conclusão. Observe:

1. O publicitário Duda Mendonça confessa ter recebido R\$ 10,5 milhões do PT nas Bahamas e leva a crise política para o Palácio do Planalto.

2. O presidente pede desculpas à Nação, diz que foi traído pelo PT e pede a colaboração de todos para que a economia não seja afetada.
3. Resta saber se Lula terá fôlego para promover a necessária reforma política.

O primeiro enunciado apresenta uma informação. As expressões: “confessa ter recebido”, “leva à crise política”, já podem preparar o leitor para a construção de uma opinião: PT envolvido em corrupção. O segundo já envolve a figura de Lula com termos como: “pede desculpas”, “foi traído”, “pede a colaboração”, denotando um discurso de presidente inocente. O terceiro, numa assertiva indireta, denota a dúvida a respeito da atitude de Lula quanto à reforma política, já que nessa época, o presidente se encontrava fragilizado devido aos escândalos envolvendo o seu governo: “Resta saber se Lula terá fôlego para promover a necessária reforma política.”

Essa cena se completa na manchete, com o valor argumentativo do verbo “ganha”, marcando um estado de permanência. Desse modo temos:

(Se) Lula ganha tempo	(então) a sociedade continua sem esclarecimentos sobre as denúncias de corrupção.
-----------------------	---

Quadro 14 – A Proposta (adaptado)
Fonte: Linguagem e discurso – Modos de Organização (CHARAUDEAU, 2008)

A **Proposição** parte do quadro de questionamento baseado na possibilidade de por em “xeque” a proposta. O enunciador tomará uma **Posição**. Ele pode se mostrar de acordo ou em desacordo com a proposta. Para que o enunciador se mostre de acordo ou não com a **Proposta**, ele deverá desenvolver um ato de **Persuasão** destinado a provar a veracidade ou não dessa Proposta.

Transferindo o raciocínio acima para a nossa análise, a Proposição se encontra no editorial. É neste gênero que se dá a tomada de posição à defesa da proposta.

O tempo passa Demorou, demorou, mas finalmente, o presidente falou à Nação. Em discurso marcado para as nove da manhã de sexta-feira 13, perdão, 12 de agosto, o presidente, de novo, demorou e, por volta do meio-dia e meia, começou a falar. Depois de pontuar os acertos de seu governo,

como o aumento de empregos, o controle da inflação e a balança comercial positiva, ele abordou a crise. E disse estar consciente de sua gravidade. Confessou-se traído, “traído por práticas inaceitáveis das quais nunca tive conhecimento”. Disse estar indignado, “indignado pelas revelações que aparecem a cada dia e que chocam o País”. Falou na reforma política: “O Brasil precisa corrigir as distorções do seu sistema partidário eleitoral, fazendo urgentemente a tão sonhada reforma política.” No final, desculpou-se: “Queria, neste final, dizer ao povo brasileiro que eu não tenho nenhuma vergonha de dizer ao povo brasileiro que nós temos que pedir desculpas. O PT tem que pedir desculpas. O governo, onde errou, tem que pedir desculpas.” A oposição, como se esperava, considerou o discurso ruim. “A peça mais pífia e mais indigna da história brasileira”, disse Arthur Virgílio, o líder do PSDB no Senado. Para o líder do PFL, o senador José Agripino, “Lula continua o autista de sempre”. A tão esperada manifestação de Lula só veio depois dos ataques de Roberto Jefferson, das complicações de José Dirceu, dos depoimentos de Marcos Valério, de sua secretária, de Delúbio e de Silvinho, das revelações estarrecedoras de Duda Mendonça, do esfacelamento do PT e, finalmente, das pesquisas que mostram que hoje ele já perde de Serra em um eventual segundo turno. Ou seja, seu discurso não foi ruim, mas demorou, demorou, demorou. Demorou muito para acontecer.

Hélio Campos Mello, Diretor de Redação

Quadro 15 – Editorial 4
Revista ISTOÉ, edição 1870, 17/08/05.

No editorial, acima, percebemos que há uma relação de conformidade com a Proposta apresentada na capa. O próprio título do editorial **“O tempo passa”** dá uma continuidade à manchete **“Lula ganha tempo”**.

O arcabouço discursivo do editorial se volta para uma expectativa em torno do pronunciamento de Lula. As escolhas lexicais marcadamente irônicas e temporais contribuem para a defesa da tese do enunciador. **“Demorou, demorou, mas finalmente, o presidente falou à Nação. Em discurso marcado para as nove da manhã de sexta-feira 13, perdão, 12 de agosto, o presidente, de novo, demorou e, por volta do meio-dia e meia, começou a falar.”**

Ao longo do texto, o enunciador enumera e descreve minuciosamente o discurso do Presidente situando o leitor daquele momento, ou seja, Lula mencionou sobre a crise só depois de expor os pontos positivos de seu governo. **“Depois de pontuar os acertos de seu**

governo, como o aumento de empregos, o controle da inflação e a balança comercial positiva, ele abordou a crise.”

Em discurso relatado, o enunciador evoca o pronunciamento de Lula, descrevendo-o entre aspas e ao mesmo tempo integrando-o em seu dizer. **“Confessou-se traído, “traído por práticas inaceitáveis das quais nunca tive conhecimento”. Disse estar indignado, “indignado pelas revelações que aparecem a cada dia e que chocam o País”. Falou na reforma política: “O Brasil precisa corrigir as distorções do seu sistema partidário eleitoral, fazendo urgentemente a tão sonhada reforma política.” No final, desculpou-se: “Queria, neste final, dizer ao povo brasileiro que eu não tenho nenhuma vergonha de dizer ao povo brasileiro que nós temos que pedir desculpas. O PT tem que pedir desculpas.**

A caminho da conclusão do editorial, seguindo a mesma segmentação, outras vozes começam a ser evocadas para sustentarem a rede de sentido do texto: **“A oposição, como se esperava, considerou o discurso ruim. “A peça mais pífia e mais indigna da história brasileira”, disse Arthur Virgílio, o líder do PSDB no Senado. Para o líder do PFL, o senador José Agripino, “Lulacontinua o autista de sempre”. A tão esperada manifestação de Lula só veio depois dos ataques de Roberto Jefferson, das complicações de José Dirceu, dos depoimentos de Marcos Valério, de sua secretária, de Delúbio e de Silvinho, das revelações estarrecedoras de Duda Mendonça, do esfacelamento do PT (...)”**

No fecho do editorial, temos finalmente o ponto X da questão. É nesse momento que fica claro o posicionamento do enunciador, ou seja, focar a derrota de Lula considerando a “demora” do seu pronunciamento. Essa “demora”, na realidade se refere à falta de ação de Lula. Observe que a articulação do editorial é bem orientada. Primeiramente o enunciador nos lembra que alguns políticos consideraram o discurso do presidente como **“ruim”**, mas a revista não o vê assim. **“(…) e, finalmente, das pesquisas que mostram que hoje ele já perde de Serra em um eventual segundo turno. Ou seja, seu discurso não foi ruim, mas demorou, demorou, demorou. Demorou muito para acontecer.”**

A legitimidade da persuasão vem com a opinião do leitor:

O Brasil aguardou o pronunciamento e saiu frustrado da frente da televisão. Esperava-se que Lula anunciasse ações rápidas e concretas para extirpar a banda podre do governo. Mas o que se viu foi quase uma lamúria. O presidente recorreu ao óbvio e listou as realizações de seu governo. Lula disse que foi traído. Mas foi o brasileiro que se viu traído.

Leitor 11 - São Caetano do Sul - SP

Quadro 16 – Carta 7
Revista ISTOÉ, edição 1871, 24/08/05.

Voltando, então, à manchete da capa “**Lula ganha tempo**”, ao título do editorial “**O tempo passa**” e a indignação dos dizeres do leitor, percebemos pela rede de sentidos que Lula não ganhou tempo, e sim, o perdeu. Na verdade, parece que perdeu a confiança de seu povo.

Não há justiça sem verdade, mas o que é a verdade? Diga-me se souberes e ainda assim, não acreditarei. As coisas jamais são o que aparentam ser. Luvas limpas, escondem mãos sujas.¹²
(Aeon Flux)

¹² “There can be no justice where there is no truth. What is truth? Tell me if you know and I will not believe you. Things are never what they seem. Clean gloves hide dirty hands”. (Aeon Flux)

3 ANÁLISE DO CORPUS

Antes de preceder à análise propriamente dita do material midiático - Capa, Editorial e Carta do Leitor -, algumas considerações sobre gêneros precisam ser feitas.

3.1 Os gêneros do discurso

Quando interagimos com outras pessoas por meio da linguagem oral ou escrita, produzimos certos tipos de texto, que, se repetem no conteúdo, no tipo de linguagem e na estrutura. Assim, temos os chamados gêneros textuais ou discursivos.

Para Bakhtin (1997), os gêneros do discurso são tipos relativamente estáveis de enunciados que se elaboram no interior de cada esfera da atividade humana. Os gêneros do discurso constituem-se, portanto, como repertórios de uso da linguagem, atualizados a cada nova enunciação. Essa definição pressupõe a relação dialógica que Bakhtin propõe para a utilização da língua e aponta para a historicidade dos gêneros, bem como para a flexibilidade de suas características e fronteiras. Os enunciados constituem um gênero quando atingem certo grau de estabilidade. Esta é definida através de três elementos: conteúdo temático, o estilo e a estrutura composicional.

Comungando das ideias de Bakhtin, Marcuschi (2002) considera que a expressão “gênero textual” é vaga para aludir os textos que são encontrados no cotidiano. Segundo o autor:

Importante é perceber que os gêneros não são entidades formais, mas sim entidades comunicativas. Gêneros são formas verbais de ação social relativamente estáveis realizadas em textos situados em comunidades de práticas sociais e em domínios discursivos específicos. (MARCUSCHI, 2002, p. 22-25).

Marcuschi enfatiza o caráter comunicativo do gênero em lugar da forma. Bem como Bakhtin, ele concebe os gêneros textuais como fenômenos históricos, conectados à vida cultural e social que favorecem a ordenação e estabilização das atividades comunicativas do

cotidiano. O conteúdo temático, o plano composicional e o estilo seriam, portanto, os três principais elementos que caracterizam o gênero.

Sobre a noção de gênero, Maingueneau afirma que “cada ‘gênero’ presume um contrato específico pelo ritual que define” (MAINGUENEAU, 1989, p. 34) e que esta noção é complexa, já que um texto se encontra, geralmente, na interseção de vários gêneros:

Falar de “discurso polêmico”, de “editorial”, de “diálogo, de “discurso científico”, de “panfleto”, etc., consiste em presumir, com base em dimensões muito diferentes, que é possível, a cada vez, definir uma unidade. Mas, se há gênero a partir do momento que vários textos se submetem a um conjunto de coerções comuns e que os gêneros variam segundo os lugares e as épocas, compreender-se-á facilmente que a lista dos gêneros seja, por definição, indeterminada. Finalmente, cabe a o analista definir, em função de seus objetivos, os recortes genéricos que lhe parecem pertinentes. (MAINGUENEAU, 1997, p. 35)

Assim, consideramos, como sugere Maingueneau, que a identidade de um gênero só pode ser compreendida pensando na relação deste com seus outros. Numa situação de interação verbal, a escolha do gênero é feita de acordo com os diferentes elementos que participam do contexto, tais como: quem está produzindo o texto, para quem, com que finalidade, em que momento histórico, em que suporte, entre outros.

Na esfera jornalística três gêneros se destacam pela organização e uso: capa, editorial e carta do leitor.

Neste capítulo, tratamos desses gêneros, apontando as características de cada um deles nas Revistas ISTOÉ e VEJA.

3.1.1 A capa: uma vitrine

Uma revista que se torna referência no mercado jornalístico precisa de uma capa atraente que conquiste os leitores e os convença a levá-la para casa. “CAPA”, de acordo com o jornalista Corrêa (2009) “é feita para vender revista”. Por isso, as capas precisam ter uma síntese da edição, uma espécie de ‘vitrine’ para aguçar a curiosidade do leitor. Scalzo (2004) sustenta que não existe uma fórmula para se produzir uma boa capa. É óbvio que notícias polêmicas e exclusivas sempre redundam em capas fortes e chamativas e, como se costuma dizer nas redações, num tom de certo humor negro “Papa morto vende, Papa vivo, não.” (SCALZO, 2004, p. 63).

Quando a VEJA, por exemplo, em meio aos inúmeros escândalos de corrupção em 2006, faz referência à indiferença do Presidente Lula (como ela mesma diz: “restará para a história como símbolo dos quatro anos do governo que tudo fez, mas nada viu.” (Cf. VEJA 2006), percebemos que a capa falou por si. Somente a imagem do protagonista com a faixa presidencial servindo de venda e o “pezinho” saindo da própria borda dessa capa diz tudo. Esse é o caso típico de uma capa criativa que praticamente nasce pronta. Por isso, uma boa imagem será sempre importante, se não fundamental. Ela é o primeiro elemento atrativo, aquele que prende a atenção.



Figura 5- A imagem
Revista VEJA, edição 1975, 27/11/06.

O logotipo da instituição também é elemento considerado atraente, principalmente quando ela é conhecida e já detém uma imagem de credibilidade junto ao público. No entanto, quando você vê na banca duas revistas com a mesma notícia na capa, a tendência é comprar aquela que possui a imagem e os dizeres mais chamativos. (SCALZO, 2004, p. 63).

Ainda, segundo o autor, outro ponto importante: as chamadas devem ser claras e diretas. Mas nem sempre isso acontece. Há muitos mal-entendidos e ambiguidades nelas. A chamada principal e a imagem da capa precisam se entrelaçar, se complementar, passando uma mensagem coesa e coerente.

É interessante observar que tanto o logotipo da Revista, quanto o estilo de capa devem ser uma espécie de “marca registrada” da publicação. Scalzo reitera (2004) que a revista precisa ter personalidade visual bem construída. Essa marca se confunde com a linha argumentativa das revistas. No caso de VEJA e ISTOÉ, a referência ao Presidente Lula é demarcada da seguinte maneira:



Figura 6 – Agora vem a parte mais difícil
Revista ISTOÉ, edição 1933, 08/11/06.



Figura 7 A última chance
Revista VEJA, edição 1891, 08/11/06.

As duas capas tematizam o segundo mandato. As revistas utilizam modalizadores como: “agora”, “difícil”, “última”, “mostrar” para discorrerem sobre os próximos quatro anos de governo Lula. O que ocorre é que VEJA e ISTOÉ utilizam abordagens e estratégias lingüístico-discursivas diferentes para pensar o mesmo tema. VEJA trabalha com o passado e presente, enquanto que ISTOÉ, somente o presente. VEJA evoca o primeiro mandato do presidente intitulado-o como “píffio” e que “agora” será a sua “última

chance” de “deixar um legado de grandeza” . ISTOÉ não nos apresenta característica do segundo mandato. Porém, deixa claro que “o presidente reeleito Lula tem pela frente o maior dos desafios: mostrar que seu projeto de governo pode levar o país a crescer.”

3. 1. 2 Editorial: um discurso persuasivo

Os editoriais geralmente abordam um tema do momento que está em discussão na sociedade. Por meio dos editoriais, os jornais e revistas expressam pontos de vista sobre o tema abordado, seja para fazer uma crítica ou um elogio a algo ou alguém; seja para dar sugestões ou estimular à reflexão. Sua estrutura é relativamente “simples”: apresenta uma ideia principal (tese), que expressa o ponto de vista do jornal sobre o tema; um desenvolvimento, constituído por parágrafos que fundamentam a ideia principal e uma conclusão formulada no último parágrafo do texto.

Embora não se trate, necessariamente de uma notícia assinada, o editorial é reconhecidamente o espaço em que os dispositivos de comunicação assumem uma posição. É o lugar por excelência onde se marca uma posição na enunciação, constituindo-se, portanto, num dos espaços de autorreferenciação dos veículos de comunicação.

Então, ISTOÉ segue essa linha: o título da seção é editorial, o texto é da responsabilidade da direção do jornal; acompanha cada número da publicação; debruça-se sobre os acontecimentos mais marcantes da atualidade ou da edição do periódico, comentando, analisando, defendendo um ponto de vista, ou seja, a opinião do jornal ou da revista.

O editorial de VEJA também possui estas características, porém há algumas particularidades. O título do editorial - Carta ao Leitor - já prevê uma aproximação com este leitor. Outro ponto a destacar é que VEJA apresenta, também, frequentemente, um discurso de autodefesa: **“VEJA reafirma aqui que não escolhe suas reportagens investigativas com base em preferências partidárias ou ideológicas (...)”**; procura propagar uma ideia de mídia imparcial e de confiabilidade: **“Como sempre fez em seus 37 anos de história, VEJA toma a decisão de publicar denúncias tendo como único objetivo servir a seus leitores e ao interesse público.”**

Perceba, então, maiores detalhes dessa diferenciação, nos editoriais abaixo:

Nem golpe nem conspiração

Muito se especulou entre políticos governistas sobre as motivações de VEJA ao publicar as recentes reportagens a respeito da corrupção em órgãos oficiais. O ministro José Dirceu disse que "beirava o golpismo" a reprodução por VEJA de uma frase dele sobre os perigos que corriam dois companheiros graduados do partido de ser pegos por uma CPI. A frase de Dirceu foi relatada a VEJA por dois petistas. Um é senador. O outro, deputado. A crise política deflagrada pelas revelações foi interpretada pelo ministro Aldo Rebelo como uma tentativa da "direita de desestabilizar governos democraticamente eleitos". Ainda mais dramático, o senador petista Aloizio Mercadante falou em uma "conspiração das elites contra o governo operário". Reações desse teor são previsíveis nesses casos. Com certeza, não são inéditas. Fernando Collor, apeado da Presidência em 1992 por um processo de impeachment colocado a andar no princípio por denúncias feitas apenas por VEJA, definia-se como "alvo das elites incômodas publicadas pela revista durante os oito anos do governo FHC. Uma delas, em especial, pareceu-lhes fruto de armações políticas feitas para minar o então candidato do PSDB à Presidência e hoje prefeito de São Paulo, José Serra. A reportagem em questão foi capa de VEJA em maio de 2002, quando a campanha eleitoral que levaria Lula ao Planalto estava nas ruas. Ela revelou o envolvimento de Ricardo Sérgio de Oliveira, arrecadador de fundos para os tucanos, em um pedido milionário de propina. VEJA reafirma aqui que não escolhe suas reportagens investigativas com base em preferências partidárias ou ideológicas – e as publica, porque a hipótese oposta, a de engavetá-las, seria eticamente intolerável. A revista não tem a intenção ou a vontade de que suas reportagens causem crises políticas ou desestabilizem governos democráticos. Como sempre fez em seus 37 anos de história, VEJA toma a decisão de publicar denúncias tendo como único objetivo servir a seus leitores e ao interesse público. (Sem assinatura)

Quadro 17 – Editorial 5
Revista VEJA, edição 1907, 01/06/05.

Numa análise geral das partes temos:

PROPOSIÇÃO

VEJA – Jornalismo de referência.

DESENVOLVIMENTO

Autodefesa.

O sucesso de suas reportagens investigativas.

CONCLUSÃO

Reafirmação da idoneidade da revista.

Observe que o título **“Nem golpe nem conspiração”** é uma resposta àqueles que duvidam do seu jornalismo de seriedade. **“Muito se especulou entre políticos governistas sobre as motivações de VEJA ao publicar as recentes reportagens a respeito da corrupção em órgãos oficiais.”**

A polifonia é elaborada como uma estratégia que legitima o ponto de vista da revista. Ao longo do editorial, o discurso de origem é retomado numa construção que o integra parcialmente ao dizer daquele que o relata, o que provoca a transformação do enunciado. **“O ministro José Dirceu disse que “beirava o golpismo” a reprodução por VEJA de uma frase dele sobre os perigos que corriam dois companheiros graduados do partido de ser pegos por uma CPI. A frase de Dirceu foi relatada a VEJA por dois petistas. Um é senador. O outro, deputado. A crise política deflagrada pelas revelações foi interpretada pelo ministro Aldo Rebelo como uma tentativa da “direita de desestabilizar governos democraticamente eleitos”.**

Notem, também, que a escolha de certas citações e vocábulos contribuiu para a construção da imagem que os seus “inimigos” querem apresentar para o leitor - Mídia agressora: **“desestabilizar governos; conspiração das elites; fruto de armações políticas; minar o então candidato”**. E agora, o que VEJA almeja apresentar - Mídia vítima: **“não escolhe suas reportagens investigativas; publica, porque a hipótese oposta, a de engavetá-las, seria eticamente intolerável; único objetivo servir a seus leitores e ao interesse público.”**

Todavia, nem se espelhando em uma possível neutralidade, a Revista consegue camuflar seus posicionamentos sociais, políticos, econômicos e ideológicos.

Em ISTOÉ:

Reação nas cordas

O estrago causado pelo deputado Roberto Jefferson, na Comissão de Ética da Câmara, poderia ter sido tecnicamente minimizado, caso o governo tivesse tido outra postura em relação ao depoimento da terça-feira 14. Jefferson é um inimigo complicado, com armas afiadas através dos tempos em programas populares como *O povo na tevê*, em tribunais do júri – nos quais exercitou suas habilidades de advogado criminalista – e ao longo de duas décadas de Parlamento. Mestre na arte da retórica, ele encontrou diante de si uma tropa governista desarticulada. Apesar da qualidade de muitos de seus membros, claramente faltou liderança aos soldados do governo para fazer frente às manobras de um franco-atirador carregado de munição. Não se sabe se o governo agiu assim por uma equivocada estratégia de esvaziamento ou se por incompetência mesmo. Mas o fato de não conseguir dominar o deputado petebista não é de todo ruim. O lado bom dessa tragédia, que jogou mais lama na classe política brasileira, é que ela detonou, finalmente, uma reação do presidente Lula e aparentemente o tirou das cordas em que se encontrava acuado e encurralado nos últimos meses. E lá, nas cordas, com a visão turva e se defendendo para evitar um eventual nocaute, os gritos de estímulo que vêm do córner e da platéia são às vezes tomados como vaias, numa confusão típica da paranóia ocasionada pela paralisia. O ataque do petebista no Congresso parece ter detonado uma descarga de adrenalina no governo. O sinal visível disso é a saída do ministro José Dirceu da Casa Civil e sua ida para a trincheira avançada do Congresso. A reação do presidente da República aponta ainda para o recrutamento de uma tropa de choque para atuar na frente de batalha mais crítica atualmente, que é o Legislativo. Essa tropa, sob o comando do agora deputado José Dirceu, vai tentar organizar o caos reinante nas fileiras governistas. Para tanto, o ex-ministro terá a seu lado o senador Aloizio Mercadante, outro veterano combatente. Mais que trocas de acusações de corrupção – que devem ser investigadas e punidas, como já anunciou Lula –, uma nova relação do Executivo com o Legislativo é fundamental para trazer o País de volta a caminhos menos conturbados e de amadurecimento político. E tudo isso é indispensável que aconteça, pelo menos, enquanto não se consegue operar a reforma política que se arrasta há décadas. - Hélio Campos Mello – Diretor de Redação

Novamente, em uma análise geral:

PROPOSIÇÃO

Desarticulação do governo.

DESENVOLVIMENTO

O discurso de Jefferson.

A falta de preparo de membros do governo.

Reação do Presidente Lula.

CONCLUSÃO

Uma nova organização do governo.

Amadurecimento político.

Com um vocabulário configurado por um grupo de palavras que nos lembra um combate, o editorial, acima, se volta para a metáfora da guerra. Uma guerra que envolve uma disputa pelo discurso, poder e política: **“com armas afiadas; mestre na arte da retórica, tropa governista desarticulada; detonando uma descarga de adrenalina no governo.”**

Observem que no decorrer do texto o posicionamento do enunciador confere uma certa autonomia ao que é relatado: **“Jefferson é um inimigo complicado, faltou liderança aos soldados do governo”** e, assim, locutor e enunciador avançam na mesma opinião: **“Não se sabe se o governo agiu assim por uma equivocada estratégia de esvaziamento ou se por incompetência mesmo.”**

Nesse sentido, o discurso relatado avança em seu ápice irônico para focar um eixo central – a reação de Lula: **“Mas o fato de não conseguir dominar o deputado petebista não é de todo ruim (...) finalmente, uma reação do presidente Lula e aparentemente o tirou das cordas em que se encontrava acuado e encurralado nos últimos meses.”**

Cabe destacar, ainda, que o enunciador apresenta ao leitor um Lula confuso e derrotado. Um presidente que tenta se reerguer convocando outros membros políticos para auxiliá-lo em sua gestão, porém com os mesmos ideais de **“combatentes”**.

E, finalmente, notem que na conclusão do editorial, há o posicionamento do locutor (ISTOÉ), ou seja, o que importa, realmente, não são **“as trocas de acusações de corrupção”**, mas, sim, um convívio harmônico no governo. Como já foi dito no editorial de 20/07/05, **“Além da imaginação”**, o que importa é a paz e a tranquilidade.

3. 1. 3 Carta do Leitor

A liberdade de que desfruta o ser humano se aplica também na hora de sua escolha pela revista ou pelo jornal que deseja ler. Isso não significa que o leitor é obrigado a concordar com o ponto de vista expresso nesses meios de comunicação, podendo ele, então, dirigir-lhes correspondência discordando, fazendo sugestões ao editor ou elogiando alguma matéria publicada. Isso caracteriza uma interação entre mídia e leitores. Para dar espaço a esse tipo de participação dos leitores, a imprensa escrita costuma manter uma seção com o nome Cartas do Leitor, Painel do Leitor ou simplesmente Cartas.

A revista VEJA utilizou, até pouco tempo, o nome Seção Cartas; hoje, Leitor. ISTOÉ mantém a denominação Cartas.

A carta do leitor, em seu estado original, quando enviada à redação, compõe-se dos elementos estruturais peculiares ao gênero carta. No entanto, ao chegar à redação da revista, passa por um processo estrutural de transformação adquirindo, ao ser publicada, até mesmo, um novo formato.

A revista VEJA, por uma questão de reafirmação da sua imparcialidade, faz questão de deixar claro para o seu leitor que quando a carta é enviada à redação, por uma questão de espaço, pode não ser publicada. Então, se você envia a sua carta por email, recebe automaticamente esta resposta:

Prezado leitor (a),

O departamento de Atendimento ao Leitor de VEJA recebeu seu e-mail. Sua mensagem eletrônica será encaminhada para a pessoa que melhor poderá atendê-lo. Se sua carta é destinada à publicação na seção dos leitores, queremos adiantar que por uma questão de espaço nem toda a correspondência que recebemos é publicada. Qualquer comentário que ela contenha será encaminhado aos nossos editores para que eles tomem conhecimento de suas críticas e observações. Se o objetivo de sua carta é outro, por favor, aguarde uma resposta posterior. Agradecemos o interesse por VEJA e esperamos atendê-lo o mais rápido possível.

Atenciosamente,

Atendimento ao Leitor

Revista VEJA

Já na revista ISTOÉ, há uma observação, na própria revista, que diz: as cartas poderão ser editadas em razão do seu tamanho ou para facilitar a compreensão.

De qualquer forma, não podemos afirmar que as cartas sempre são editadas. Isso dependerá do que o leitor quer dizer e o que a revista deseja publicar. Há, então, uma provável “retextualização”¹³ na medida em que se seleciona um fragmento da carta original para publicação, e este unindo-se a outros, formam um novo texto dentro do seção cartas: o ‘texto maior’, espaço onde está a encenação persuasiva.

O fato de o jornal se reservar o direito de poder modificar a forma de uma carta, cortar trechos, introduzi-la por um título de sua criação, acompanhá-la de comentários ou de uma resposta a uma queixa do leitor, mostra que é o jornal que coordena o diálogo entre os leitores. (MELO, 1999, p. 29)

Observe, por exemplo, fragmentos publicados na Seção Cartas com os seus respectivos originais.

Carta publicada	Carta original
Parabenizo ISTOÉ pela matéria sobre o escândalo dos cartões corporativos. Estamos refletindo sobre como é utilizado o dinheiro de grande parte da população. É lamentável que Lula, sua esposa e equipe utilizem o cartão do governo para suas despesas pessoais. Será que eles esqueceram da crise econômica em que se encontra o País? Leitor 12 Belo Horizonte - MG	Parabenizo a revista ISTOÉ pela reportagem o “escândalo dos cartões”. Assim, poderemos refletir como é utilizado o dinheiro de grande parte da população investido através de impostos. É lamentável que o Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva, sua esposa e equipe utilizem o cartão corporativo do governo para despesas pessoais, será que eles esqueceram da crise econômica em que se encontra o País? Leitor 12 Belo Horizonte - MG

Quadro 19 – Carta 8
Revista ISTOÉ, edição 1998, 20/02/08.

A publicação acima aborda o tema cartões corporativos. Note que ambas as cartas iniciam com elogios a revista. A original enfatiza explicitamente com o advérbio “assim”, e o tempo verbal futuro do presente “poderemos refletir”, que é por meio das matérias de ISTOÉ

¹³ Retextualizar envolve a produção de um novo texto a partir de um ou mais textos-base, o que significa que o sujeito trabalha sobre as estratégias lingüísticas, textuais e discursivas. (MATENCIO, 2001, p. 4).

que todos podem refletir sobre o uso do dinheiro público. Enquanto que, na carta original, a nossa reflexão já acontece, independe da reportagem dessa semana. Nessa alteração, na carta publicada, a referência de ‘revista que informa’ também está vinculada à ISTOÉ, de maneira implícita. Outro detalhe que vale a pena comentar, na carta original há uma referência direta ao “Presidente da República Luis Inácio Lula da Silva” e já na publicada, esta referência está ligada a “LULA”, homem humilde que conseguiu chegar ao poder, mas que está fazendo mau uso do poder. Essa ideia é enfatizada, também, com o uso do pronome possessivo “suas despesas pessoais” e não simplesmente “despesas pessoais” como consta na carta original.

O enunciador não aponta diretamente ao fato “mau uso do cartão corporativo” ao presidente, mas sim, abre uma reflexão para o ocorrido em torno do “homem Lula”.

Em VEJA, temos:

Carta publicada	Carta original
Excelente a reportagem “Renan foi um bom sócio” (15 de agosto). Ficou mais que comprovado que Renan Calheiros se utilizou de meios ilícitos novamente. Desta vez usou laranjas para camuflar seus atos de corrupção ativa. Enquanto reinar a impunidade, o povo não terá esperança de mudança dentro do patamar de aceitabilidade mínima de ética que deveria ser o dogma dos nossos políticos. Leitor 13 Uberlândia – MG	Excelente reportagem Veja “RENAN FOI UM BOM SÓCIO”, 15 de agosto 2007. Ficou mais que comprovado que Renan Calheiros utilizou de meios ilícitos novamente. Desta vez laranjas para camuflar seus atos de corrupção ativa. <u>É lastimável a situação que se sucede no palco político brasileiro. Como acreditar que esses homens públicos que estão na mídia por corrupção terão como governarem um país como o Brasil? O povo a cada dia que passa fica mais desacreditado! Não há perspectivas de recuperação da credibilidade. O pêndulo político assombra os brasileiros como algo jamais visto na história Nacional brasileira.</u> Enquanto reinar a impunidade o povo não terá esperança de mudança dentro do patamar de aceitabilidade mínima de ética que deveria ser o dogma dos nossos políticos. Leitor 13 - Uberlândia - MG

Quadro 20 – Carta 9
Revista VEJA, edição 2022, 22/08/07.

O tema acima retrata as atitudes negativas Renan Calheiros no governo Lula. A carta original denota um tom de desabafo. Observe que o excerto sublinhado, na carta original, foi retirado. O que é publicado é a ação de Renan Calheiros juntamente com a falta de justiça no Brasil o que gera a descrença de mudança em nosso cenário político. A apreciação contrária referente aos políticos em geral é deixada à parte. O que interessa é a denúncia: ajuda financeira de lobistas, ou seja, o escândalo em torno de um só político: Renan Calheiros.

Vale destacar que o leitor também tem o seu poder na Seção Cartas, pois tudo começa a partir dele, do que ele escreve, daquilo sobre o que lhe interessa escrever, porém, esse poder é bem pequeno quando comparado à revista.

Outro detalhe peculiar: as cartas apresentadas nos respectivos espaços das revistas são organizadas a partir de um título que faz referência a alguma matéria veiculada na semana anterior:

Novo Governo

Parabenizo ISTOÉ pela cobertura das eleições 2006. O trabalho da revista foi ético e imparcial. “Agora vem a parte mais difícil” (ISTOÉ 1933). Leitor 14 Belo Horizonte – MG
A revista deu uma visão geral de como deve ser o novo mandato do presidente Lula. Parabéns. Leitor 15 Feira de Santana – BA
Lavou-me a alma ver a foto da mão do presidente Lula, mutilada acidentalmente no seu trabalho de torneiro mecânico , indicando que conseguiu mais quatro anos de mandato . Leitor 16 Divinópolis – MG
Gostaria de parabenizá-los pela capa. Somos um único País, com diferenças regionais sim, mas com uma unidade política, territorial e cultural única na América Latina. Leitor 17 Belo Horizonte – MG
Quando 61% dos eleitores escolhem novamente este metalúrgico para dirigir a nação é porque a nossa frágil democracia aos poucos se consolida juntamente com seu povo, e não o contrário. Leitor 18 Foz do Iguaçu – PR
Excelente a reportagem “Armadilhas na Justiça” em que ISTOÉ 1933 mostra que mesmo depois da eleição, com a excelente votação do presidente Lula, não será esquecida a corrupção do primeiro mandato, marcado por grandes escândalos. A reportagem deixa claro que quando o grande culpado for descoberto muitas máscaras irão cair e todos irão pagar

pelo que fizeram. Leitor 19 Tubarão – SC
O presidente deve se cercar de homens honestos, que trabalhem para o bem do Brasil e que não façam negociatas. Leitor 20 São Paulo – SP

Quadro 21 – Conjunto de Cartas 2
Revista ISTOÉ, edição 1934, 15/11/06.

As publicações de ISTOÉ condizem com o título da Seção Novo Governo.

A imagem de Lula projetada a partir da 3ª. Carta é de um homem digno do resultado: a vitória. As expressões, em negrito, reforçam a identificação do leitor brasileiro à história de “homem humilde” que “venceu”, ou seja, se tornou presidente. Por mais que haja a divulgação do envolvimento de Lula em corrupção, aqui, nesses fragmentos, a sua imagem positiva ainda prevalece.

Podemos pensar: será que o posicionamento, nessa seção coincide com o posicionamento de ISTOÉ? Há indícios que sim. Em nosso estudo, observando as publicações dessa revista, notamos que o seu discurso não é tão incisivo quanto o de VEJA. Talvez ela seja mais cuidadosa com as afirmações, tentando ganhar, desse modo, a confiança de mais leitores. Mas ao mesmo tempo, pode ser mais “perigosa”. ISTOÉ insinua “algo” enquanto que VEJA afirma.

3.1.4 Os três gêneros e uma estratégia: a encenação

O discurso persuasivo está em diferentes gêneros textuais, porém nesta dissertação a atenção maior está para um processo estratégico de persuasão na mídia impressa que perpassa pela capa, pelo editorial e se reflete nas cartas dos leitores, como já se anunciou. Esse processo depende da linha argumentativa da imprensa. É ela quem vai definir quais estratégias utilizar para atingir o leitor. Independentemente disso, o processo estratégico de persuasão pode acontecer. É bom lembrar que tal processo não precisa ocorrer em capas, editoriais e cartas da mesma semana e é justamente por isso que o chamamos de processo, ou

seja, uma realização contínua e progressiva de captação do leitor. O leitor é persuadido lentamente.

Ao abordar a questão da natureza do discurso midiático, Rodrigues (2002) revela alguns de seus traços comuns. Um deles diz respeito à peculiaridade de sua relação enunciativa, isto é, o discurso midiático unilateral.

Um enunciador dirige a palavra a um público relativamente indiferenciado e ausente que não tem a possibilidade de tomar efetivamente a palavra, pelo menos no decurso da relação discursiva midiática. (RODRIGUES, 2002, p. 228).

Mesmo quando a mídia abre espaço para os co-enunciadores, a unilateralidade da relação enunciativa do discurso midiático prevalece. Na visão de Baccega (1998), o discurso da comunicação:

É dirigido à sociedade como um todo, a um “ente” chamado de opinião pública, no qual não se distinguem grupos com interesses diferentes, diversos opostos e conflitantes. É que interessa à classe dominante fazer passar a concepção de uma sociedade homogênea, sem distinções, com os mesmos valores – que são, obviamente, os que lhe interessam. (BACCEGA, 1998, p. 55).

É nessa perspectiva que o processo persuasivo da mídia se instaura para a produção de sentido: nas ideologias, na contraposição dos discursos e nas formas de ver o mundo do locutor, do enunciador, do interlocutor.

Também sob esse prisma, não podemos deixar de citar que as análises que constam nesta dissertação, ou seja, o estudo investigativo do processo persuasivo que se descortina na capa, no editorial e se reflete na seção cartas, lembrando que, nesta última, ocorre o surgimento de um texto maior estruturado a partir dos originais das cartas enviadas à redação da revistas.

3.1.4.1 A rede de sentidos

Nas diferentes vozes que podem ser ouvidas no discurso da mídia impressa, uma delas se destaca. No nosso caso são as vozes de ISTOÉ ou de VEJA, que mantém como enunciadores os próprios gêneros as capas, os editoriais e as cartas. Por eles, perpassa o mesmo ponto de vista, como veremos nas análises abaixo.

Lembramos que estas análises não serão dos gêneros, citados anteriormente, de forma isolada. A proposta da dissertação é investigar o processo persuasivo de maneira integrada de tal forma que se instaure uma rede de sentido.

O *corpus* abaixo pertence ao mês de junho de 2005, momento polêmico do “Mensalão”.

Assim, primeiramente temos em ISTOÉ:

PROCESSO PERSUASIVO: CAPA – EDITORIAL E SEÇÃO CARTAS



Figura 8 - A Esperança Encurralada
Revista ISTOÉ, edição 1861, 15/06/05.

Um distante 2006

Há situações em que o tempo parece passar muito rápido. Assim foi na quarta-feira à noite, no Estádio Monumental de Nuñez, em Buenos Aires, no segundo tempo do jogo entre Brasil e Argentina. Surpreendidos pelos três gols fulminantes no começo da partida, os brasileiros, depois de uma apresentação medíocre, tentavam juntar os cacos e continuar uma reação iniciada com um gol de falta de Roberto Carlos. A mudança de atitude do time, nos 45 minutos finais do jogo, justificou uma esperança da torcida. E a raiva, a perplexidade e até o tédio, que a incompetência demonstrada no primeiro tempo provocara, foram substituídos pela expectativa de um resultado melhor contra os nossos eternos irmãos/rivais do sul. E a partir daí veio o desespero e a sensação de o tempo andar muito mais depressa do que as

pernas dos nossos jogadores. O resultado, todos sabem: Argentina 3 x Brasil 1. Argentina classificada para o mundial da Alemanha em 2006, e o Brasil ainda não. Sobre a derrota, o presidente Lula, um amante do futebol, disse, no dia seguinte: “Eu nunca sofri tanto na vida como nos 45 minutos de ontem.” A grave crise política protagonizada pelo presidente, seu partido e por todos nós brasileiros guarda algumas semelhanças e algumas diferenças com o jogo da quarta-feira. Este governo, como a Seleção, também é movido a esperança. A diferença é que a raiva e a decepção que a Seleção provocou no primeiro tempo do jogo lá em Buenos Aires foram substituídas pela esperança no segundo tempo. Já Lula está vendo a imensa esperança do começo do governo ser substituída por raiva, desilusão e perplexidade. E a culpa, lá como cá, é do excesso de arrogância e da conseqüente incompetência. O partido do presidente, como os jogadores brasileiros no primeiro tempo, está perdido em campo, toma um baile dos adversários e apela para jogadas pouco éticas. O time brasileiro precisa se classificar para a Copa do Mundo de 2006 na Alemanha. Não é difícil. Já 2006 para Lula está cada vez mais complicado. Sua tática de jogo está sendo questionada, boa parte de seus atletas está ameaçada de expulsão e o relógio não pára de correr. Depende do presidente juntar os cacos, mudar de tática, recuperar a coerência e colocar em campo as práticas que o levaram ao comando técnico do País, com o aval de mais de 50 milhões de torcedores. Caso contrário, a derrota será inevitável e os gritos de olé se multiplicarão a cada canelada de um Roberto Jefferson ou de qualquer outro jogador, por mais medíocre que seja seu talento. Hélios Campos Mello – Diretor de Redação

Quadro 22 – Editorial 7
Revista ISTOÉ, edição 1861, 15/06/05.

Fim do Sonho

Presidente Lula, **não se desespere** se seus esforços são vistos com indiferença, pois o sol nasce todos os dias causando um maravilhoso espetáculo e a maioria da platéia continua dormindo. **Tenho certeza que você está se esforçando ao máximo.** Continue assim, **trabalhando bastante**, porque nós, brasileiros, **precisamos muito de pessoas como você**, dispostas a melhorar a nossa qualidade de vida. “Desencanto petista” (ISTOÉ 1861).

Leitor 21

Belo Horizonte – MG

Na ISTOÉ 1725, do dia 23/10/2002, a reportagem começava assim: “Ninguém gosta de experimentar o medo. Mas...” Tive o privilégio de ver publicado na edição 1726, na seção “Cartas do Leitor”, meu desabafo que culminou com a adesão de toda minha família, amigos e vários porto-velhenses na reta final da campanha do presidente Lula. Ganhamos muitos votos. Hoje estou com medo, tenho certeza que me enganei! **Não vejo futuro nesse governo que não governa, que nada faz a não ser política e conchavos.** Poderia até ficar feliz porque isso mostra que Rondônia não é a exceção da corrupção. O Brasil vem dando exemplo aos seus filhos há muito tempo. **Acredito é que o presidente tem que colocar em**

prática o seu modelo de governo, o que pregou nas eleições. Mudar realmente este país e fazer dele um lugar em que tenhamos orgulho de morar. Não permitir em hipótese alguma conchavos que nos levem a descrever mais dos governantes Leitor 22 Porto Velho – RO
E assim morre a esperança de mais de 180 milhões de brasileiros. A esperança, aquela que venceu o medo nas eleições presidenciais de 2002, está sendo derrotada pelo tédio e pela decepção por causa das denúncias que se tornaram diárias dentro do coração do governo petista. Leitor 23 S. Caetano do Sul – SP
Quem não deve não teme! Que as investigações sejam públicas, como públicos foram os votos que elegeram Lula. Leitor 24 Taguatinga – DF
Parece que a imprensa, principalmente ela, não se dá conta da proximidade do golpe que estamos sofrendo. Não se trata do governo Lula, do fulano ou do sicrano. Trata-se de nossas instituições, do caos instalado e da derrubada do sistema democrático. Tão democrático que permite que barbaridades tamanhas sejam ditas, sem provas, repercutidas e que fique por isso mesmo. Será que é tão difícil assim perceber que o País está em perigo? Leitor 25 Curitiba – PR
Como brasileiro consciente e justo não poderia ficar calado diante dos últimos acontecimentos divulgados, originados de políticos oportunistas e equivocados que querem vasculhar a conduta ilibada (pessoal e política) de nosso presidente e de algumas instituições governamentais, com a tentativa de desestabilizar a governabilidade de um governo que tem pessoas de conduta exemplar, e de confundir o povo. Tenho certeza de que a Justiça mostrará a verdade dentro de pouco tempo e que os culpados reais serão punidos. Leitor 26 - Salvador – BA
Não sou filiada ao PT, mas sou PT de coração e partidária eleitoral. Como disse o Sócrates, “não estou desencantada com o PT”, porém fica claro pela reportagem de capa que o PT está em situação vexatória que tem de ser revista. Como disse o querido professor Chico Alencar, meu colega de profissão, “ele teme que a bandeira do PT, a da moralidade pública, comece a escapar das mãos do partido”. Nós que tanto confiamos no PT e no presidente estamos nos desencantando... Espero que Lula faça o que disse e corte na própria carne toda a corrupção instalada, e que a CPI seja justa e verdadeira. Leitor 27 Uberlândia – MG
Hoje, mais do que indignação, paira no ar uma profunda desilusão. Milhões de brasileiros sentem-se mais órfãos que traídos. E a somatória de pequenos e grandes erros no longo desses dois anos nos dá uma enorme apreensão em relação ao futuro do País. A desesperança assola uma nação já tão mal servida de respeito e dignidade. E agora? Diante desse lamaçal que afoga a classe política nacional, em quem poderemos confiar? Leitor 28 Carmo da Mata – MG
É por isso que o País nunca tem dinheiro para aumentar o salário mínimo, consertar estradas, investir em educação, saúde, segurança, obras sociais, etc. Se o presidente Lula conseguisse reaver todo o dinheiro desviado em corrupção, sobraria ainda muito

para outras causas. ISTOÉ está de parabéns pelas reportagens abordando a roubalheira. Não é à toa que acabo de renovar mais uma vez minha assinatura. “E agora, companheiro?” (ISTOÉ 1860).

Leitor 29 - Fortaleza – CE

Essa situação de **apatia política da maior parte da sociedade faz com que não desperte nos brasileiros o gosto nem o interesse básico pelos acontecimentos políticos da nação.** Tal situação gera maior **falta de compromisso de alguns governantes**, fazendo com que nosso poder público esteja mais suscetível a atos como a corrupção. E tudo isso continuará acontecendo **enquanto a população não assumir o seu papel como cidadã, cobrando e exigindo de maneira efetiva a atuação do governo e a prestação de contas ao povo.**

Leitor 30

Linhares – ES

Quadro 23 – Conjunto de cartas 3
Revista ISTOÉ, edição 1862, 22/06/05.

A capa de ISTOÉ apresenta o retrato de um homem abatido cuja postura pode comprometer o avanço de seu governo.

O termo: **“ESPERANÇA”**, surge em forma de metáfora e acompanha a imagem do Presidente desde o slogan da Campanha de 2002: **“A ESPERANÇA VENCE O MEDO.”** Este termo, então, remete-nos a uma possível expectativa de ver Lula se alavancar na política, apesar dos escândalos e, ainda, de se sentir “sem saída”, como nos mostra a manchete de ISTOÉ: **“ESPERANÇA ENCURREALADA”**.

Relacionando-se com a capa temos o editorial. Trabalhando com o recurso do *Flashback*, o enunciador, em discurso reflexivo e comparativo, prepara o leitor para voltar ao tempo: o conturbado jogo de futebol entre Argentina e Brasil, em Buenos Aires. Notem, que novamente, o editorial de ISTOÉ faz uso da metáfora. Uma metáfora que nos lembra o jogo da vida. Os jogadores são os nossos representantes políticos, a torcida é a sociedade. De acordo com o ponto de vista da revista, o que faz o nosso sucesso são as nossas atitudes: **“A mudança de atitude do time, nos 45 minutos finais do jogo, justificou uma esperança da torcida.”** e o que move a nossa vida é a esperança: **“um resultado melhor contra os nossos eternos irmãos/rivais do sul.”**

Seguindo, então, com o seu raciocínio, o enunciador, finalmente, toca em um ponto crucial: a derrota no futebol e na política. E assim, retoma a voz de Lula lamentado todo esse fracasso: **“Eu nunca sofri tanto na vida como nos 45 minutos de ontem.”** A estratégia de comparação se destaca ao longo do texto. Primeiramente, temos o “sofrimento” do primeiro tempo de jogo (torcedores, time, técnico) e o sofrimento dos brasileiros com relação à política. E, ainda, a possibilidade de reversão desses acontecimentos, no segundo tempo,

comparado, também, ao nosso conturbado momento político. Porém, não é isso que ocorre, pois **“Já Lula está vendo a imensa esperança do começo do governo ser substituída pela raiva, desilusão e perplexidade.”**

E, assim, o ponto de vista de ISTOÉ emerge: **“E a culpa, lá como cá, é do excesso de arrogância e da consequente incompetência.”**

A conclusão do editorial se desenrola em forma de desabafo. Nesse momento, outras vozes acompanham a do enunciador: os enunciatários (leitores) que também se sentem indignados com as atitudes evasivas do Presidente. **“Sua tática de jogo está sendo questionada; depende do presidente juntar os cacos; mudar de tática; caso contrário, a derrota será inevitável e os gritos de olé se multiplicarão.”**

Quanto aos fragmentos publicados em Cartas percebemos, pelas expressões marcadas em negrito, que as manifestações dos leitores oscilam em desilusão, indignação tanto com o presidente, com o seu partido e até mesmo com a imprensa.

Após essa interpretação percebemos que as opiniões se unem e formam um “texto maior”, a respeito do presidente Lula, assim representado:

INTRODUÇÃO: a gestão do presidente.

DESENVOLVIMENTO: retrato de cidadão desiludido e indignado.

CONCLUSÃO: trabalho de conscientização política.

Observemos que apesar do título de Cartas ser “Fim do Sonho”, a possível esperança de uma reversão dos acontecimentos ainda existe. Mas de que forma? Se fizermos um trabalho conjunto de conscientização, como nos diz a última carta.

Assim, temos:

SITUAÇÃO DE ENUNCIAÇÃO	Denúncias de corrupção envolvendo Lula e membros do Partido dos Trabalhadores – PT.
POSTO:	A situação de Lula é delicada.
PRESSUPOSTO:	Lula não está conseguindo reverter esta situação.
SUBENTENDIDO:	O governo precisa reagir.
ETHOS DA REVISTA:	Imparcialidade e credibilidade.
IMAGEM CONSTRUÍDA DE LULA PELA REVISTA	Presidente apático, sem domínio político.

Quadro 24 – Posicionamentos
Pesquisa da autora

Dessa forma, o dispositivo argumentativo emerge:

A proposta:

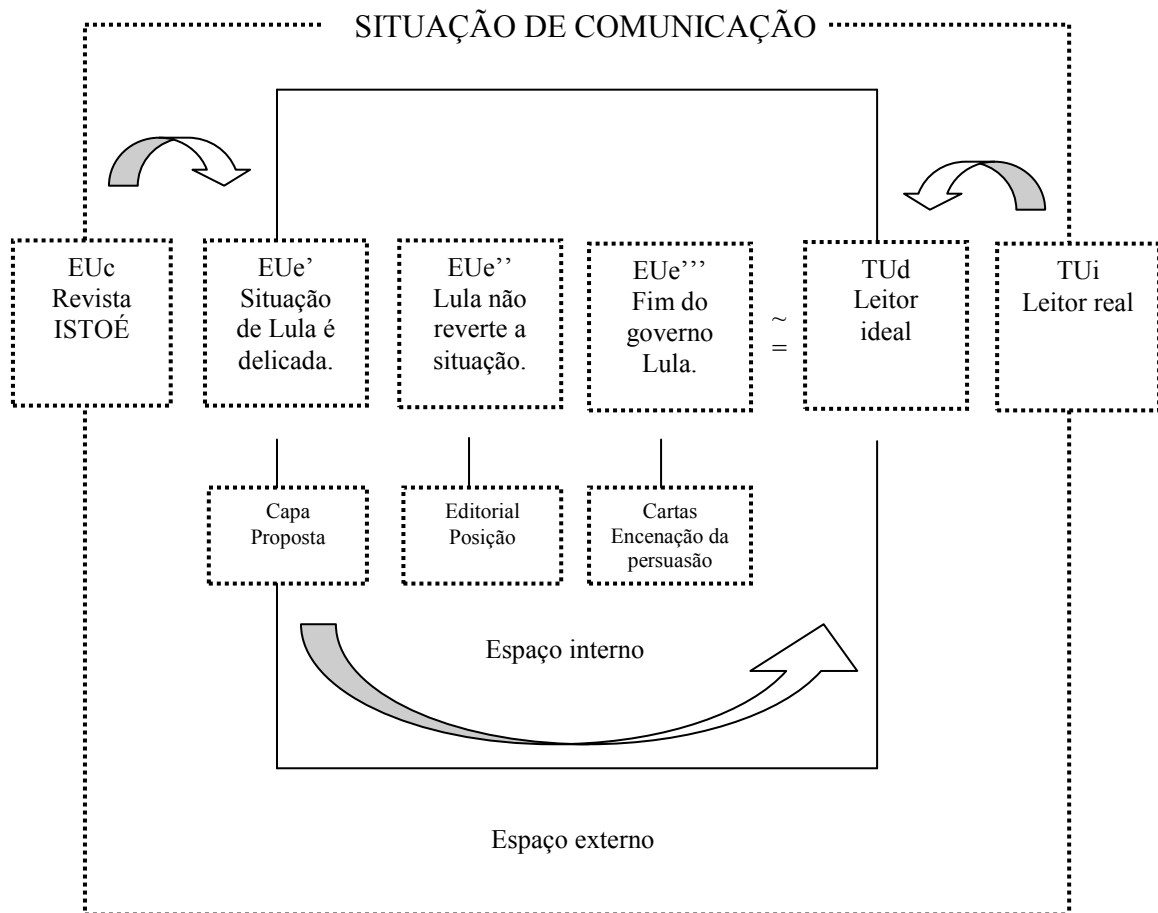
(Se) Esperança Encurralada	(portanto) Lula derrotado.
----------------------------	----------------------------

Quadro 25 – A Proposta (adaptado)

Fonte: Linguagem e discurso – Modos de Organização (CHARAUDEAU, 2008)

O sujeito declara verdadeira a Proposta, pelo próprio título do editorial **“Um distante 2006”** e outras expressões como **“sua tática de jogo está sendo questionada”**, **“depende do presidente juntar os cacos”**, **“recuperar a coerência”**, **“colocar em campo as práticas que o levaram ao comando técnico do país”**, **“caso contrário, a derrota será inevitável”**. Em prosseguimento, se desenvolve o ato de Persuasão destinado a provar a sua afirmação. Então, a persuasão se instaura: Apesar de todo esforço, o presidente não tem domínio político. A legitimidade da persuasão vem com a opinião do leitor: todos devem ter mais atitude, desde o presidente até a sociedade, caso contrário, temos a derrota do nosso governo.

Nessa perspectiva, se instaura o quadro abaixo:



Esquema 8 – Ato de linguagem (adaptado)
Pesquisa da autora

Ao retomar as diferentes observações já apresentadas e integrá-las, temos o ato de linguagem como resultado do processo simétrico entre os sujeitos de linguagem. Assim, em seu desdobramento, no circuito interno, temos os enunciadores representados pelo posicionamento tematizado na capa, discutido no editorial e legitimado nas cartas.

No circuito externo, o EUc ISTOÉ, se desdobra em enunciador com o mesmo posicionamento.

Quanto aos leitores o TUd se funde com o TUi, ou seja, o leitor ideal se torna o leitor real, pois as publicações coincidem com o posicionamento da revista: presidente apático com falta de atitude = Fim do governo.

Assim, se forma, também, o dispositivo argumentativo a partir da imagem de Lula construída pela revista: Presidente apático sem domínio político.

Em VEJA:



Figura 9 – Tem concerto?
Revista VEJA, edição 1910, 22/06/05.

Princípios imutáveis

Ao depor no Conselho de Ética da Câmara, na semana passada, o deputado petebista Roberto Jefferson tentou desqualificar vários órgãos de imprensa. A VEJA ele fez duas acusações. Na primeira, contou que, sentindo-se acuado pelo noticiário da revista, pediu ajuda ao então ministro da Casa Civil, José Dirceu, que lhe teria respondido que nada poderia fazer porque "VEJA é Tucana". Em outra passagem de seu depoimento, Jefferson disse que VEJA é petista.

Para ele, a publicação da primeira reportagem de VEJA que revelou o esquema de corrupção do PTB na máquina pública e deflagrou a atual crise política teve o "dedo do governo". As acusações de partidarismo feitas a VEJA pelo deputado são uma contradição em termo. Obviamente, uma revista não pode ser ao mesmo tempo governista e oposicionista, tucana e petista. Cabe aqui dizer o que VEJA é. Em primeiro lugar, ressalte-se que nossas convicções se firmaram muito antes que aquelas duas correntes políticas tivessem se organizado como partidos. Gerações de jornalistas passaram pela redação de VEJA e a diversidade de pensamento dos mais brilhantes sempre se espelhou nas reportagens publicadas pela revista. Mas é notável que desde seu primeiro número, lançado em setembro de 1968, VEJA tenha tido uma linha indelével de conduta reafirmada ao longo dos seus quase quarenta anos. A edição de 29 de agosto de 1990 teve sua reportagem de capa dedicada a Victor Civita, fundador da Abril, que edita VEJA. Ele morreria naquela semana, aos 83 anos. A Carta ao leitor daquele número destacava que "seu Victor", como era chamado, "era fanático pela livre iniciativa esclarecida e convencido de que não há caminho melhor para desenvolver um país. E intransigente defensor da democracia sem adjetivos, da sagrada liberdade do indivíduo e da necessidade permanente de contar somente a verdade". A imagem da capa é uma foto de Victor Civita sob os letreiros que dominam o saguão da Abril onde se lê: "A Abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação, a melhoria da qualidade de vida, o desenvolvimento da livre iniciativa e o fortalecimento das instituições democráticas do país". São princípios que sempre orientaram a nossa conduta e é curioso que, com certa frequência, eles incomodem tanto.

Quadro 26 - Editorial 8
Revista VEJA, edição 1910, 22/06/05.

Carta destaque:

"Consertar vaso quebrado não é fácil. O mais prático é devolvê-lo ao oleiro, transformá-lo em barro e refazê-lo. Reeleição? Esqueça!"

Leitor 32
Rondonópolis, MT

Crise no Governo

Continuo perplexa com tanta corrupção e incrédula na punição dos envolvidos. A estratégica saída do onipotente José Dirceu foi a conveniência da hora, mais nada. Afinal, **que papel o presidente Lula escolherá para justificar essa bandalheira petista?** Passar por "**desinformado**" do que acontece dentro da própria casa é o melhor caminho. **Mas acredite,**

presidente, vai ser difícil engolir tamanha distração ("Nocaute", 22 de junho). Leitor 31 Uberaba, MG
Tive a oportunidade de votar em Lula em duas eleições presidenciais, pois ele era para mim a última esperança para o Brasil. Dois anos e meio depois de Lula ter subido a rampa do Planalto, tenho a impressão de que meu último ídolo foi desmascarado. Eu não tinha essa sensação desde que descobri que o Papai Noel que me trouxe um skate era, na verdade, meu vizinho com bafo de cachaça. Leitor 33 Londres, Inglaterra
A estrela se apagou, o povo ainda não chorou, mas o Brasil está agonizando. Que lástima! Leitor 34 - Iowell, Massachusetts, Estados Unidos
Ô revistinha... Ô revistinha boa! Parabéns por desmascarar políticos como Roberto Jefferson, ave de rapina cuja laia vem assolando nossa pátria, mãe tão distraída, há séculos ("Nocaute", 22 de junho). Leitor 35 - Promotor de Justiça - Divinópolis, MG
Claro que tem conserto! O Brasil está aprendendo a ser resiliente. Leitor 36 Frederico Westphalen, RS
Boletim da junta médica brasileira: conserto tem, porém a expectativa de vida será reduzida a quatro anos. Leitor 37 São Paulo, SP
Pode até ser que o governo tenha conserto, mas as marcas do remendo estarão sempre lá, visíveis. Uma eterna cicatriz que o tempo não apaga. Leitor 38 Goiânia, GO
O deputado Zé Dirceu pode até ter as mãos limpas, como disse, mas não está parecendo. Para a mulher de César não bastava ser honesta, tinha de parecer honesta. O presidente Lula perdeu o trem da história e embarcou na carruagem da mídia quando deixou de dar um chega-para-lá nesse companheiro no caso da morte de Celso Daniel, prefeito de Santo André, ou até mesmo no caso Waldomiro Diniz. Agora é tarde. O ponto passou e a maionese já desandou. Leitor 39 São Paulo, SP
É inacreditável que Lula, com toda sua trajetória, seja ainda um homem tão ingênuo, inocente, a ponto de não perceber o que se passa debaixo de suas barbas. Será que uma pessoa assim tem condições de governar um país? Leitor 40 Recife, PE
Surpreendeu-me a informação de que a popularidade do presidente continua intacta. Espera aí! É chamar o povo brasileiro de masoquista. As próprias cartas que vão para a revista mostram a indignação de seu eleitorado! Leitor 41 Sobral, CE

Quadro 27 - Conjunto de cartas 4
Revista VEJA, edição 1911, 29/06/05.

Já em VEJA, temos o seguinte:

A capa apresenta a imagem de Lula, uma escultura (governo) se desmoronando. Em letras menores destaca: “Com a demissão de José Dirceu, Lula tenta salvar o governo e sua biografia.” VEJA pontua o grau de proximidade e de envolvimento do Presidente a Dirceu, a ponto de comprometer o seu governo, ou melhor, destruí-lo. Então, numa pergunta direta, indaga: “Tem conserto?”.

Quem poderá responder? Nós, leitores, que problematizamos o fato. Ou melhor, a carta que vem logo em destaque na Seção Cartas, como veremos mais adiante.

Mais uma vez, numa atitude firme, o Locutor(VEJA) e seus enunciadores (políticos; ideológicos; sociais) e enunciatários (leitores) apresentam uma resposta aos seus interlocutores. Como nos editoriais anteriores, há uma voz concisa que se desenvolve no sentido retilíneo, afirmando: os nossos **“princípios”** são **“imutáveis”**.

Certas escolhas lexicais já fazem parte do estilo jornalístico de VEJA. Temos como exemplo: **“Brasil de hoje e de amanhã”**; **“jornalismo investigativo”**; **“não é inimiga de forças políticas”**; **“fiscalização do poder”**; **“a vista da nação”** entre outros. Com o uso preciso desses termos, a revista reitera o seu posicionamento de jornalismo sério.

Ao longo do editorial, o enunciador apresenta os **“ataques”** de Roberto Jefferson aos órgãos de imprensa, e mais especificamente à VEJA: **“(…) sentindo-se acuado pelo noticiário da revista, pediu ajuda ao então ministro da Casa Civil, José Dirceu, que lhe teria respondido que nada poderia fazer porque “VEJA é Tucana”. Em outra passagem de seu depoimento, Jefferson disse que VEJA é petista.”** A contestação de VEJA às acusações de Jefferson é imediata. A revista utiliza o próprio discurso de Jefferson para a sua defesa, esclarecendo os fatos e construindo uma imagem negativa desse político: homem contraditório, não sabe o que diz. Observem o valor argumentativo do modalizador **“obviamente”** que nos remete para algo certo e provável. **“Obviamente, uma revista não pode ser ao mesmo tempo governista e oposicionista, Tucana e petista.”**

Logo em seguida, o Locutor (VEJA) e enunciador convergem em uma mesma missão: a defesa da revista. Nesse sentido, utiliza o recurso do *Flashback* situando o leitor da verdadeira história dessa mídia: **“Em primeiro lugar, ressalte-se que nossas convicções se firmaram muito antes que aquelas duas correntes políticas tivessem se organizado como partidos. Gerações de jornalistas passaram pela redação de VEJA e a diversidade de pensamento dos mais brilhantes sempre se espelhou nas reportagens publicadas pela revista.”**

Assim, a caminho do término da sua argumentação, no relato da história jornalística de VEJA, a polifonia se destaca como base de defesa, valorizando o trabalho da revista: “**“a abril está empenhada em contribuir para a difusão de informação, cultura e entretenimento, para o progresso da educação” (...); “princípios que sempre orientaram a nossa conduta e é curioso que, com certa frequência, eles incomodem tanto.”**”

Então, em uma análise geral do editorial temos:

PROPOSIÇÃO

Falar somente a verdade.

DESENVOLVIMENTO

Roberto Jefferson tentando desqualificar VEJA.

CONCLUSÃO

Defesa e reafirmação do que VEJA é.

Quanto às cartas publicadas, notamos pelas expressões assinaladas em negrito, que os leitores se manifestam negativamente, com ímpeto, a respeito do governo Lula. Ao contrário de ISTOÉ, não oferecem a mínima chance de um possível crédito a ele. O “texto maior” que se forma é representado por imagem pessimista de Lula.

INTRODUÇÃO

Leitor desiludido e incrédulo.

DESENVOLVIMENTO

Retrato de um leitor desiludido, indignado e que confia piamente em VEJA.

CONCLUSÃO

Questionamento da capacidade de Lula governar o país.

Dúvidas quanto à popularidade intacta de Lula.

Quanto às cartas, observem que o título da Seção é: “Crise no Governo”, mas as opiniões são dirigidas, basicamente, a Lula.

Assim, temos:

SITUAÇÃO DE ENUNCIÇÃO	Denúncias de corrupção envolvendo Lula e membros do Partido dos Trabalhadores – PT.
POSTO:	Haverá uma solução para o governo Lula?
PRESSUPOSTO:	O governo tem sérios problemas.

SUBENTENDIDO:	O governo Lula está arruinado.
ETHOS DA REVISTA:	Credibilidade e engajamento.
IMAGEM CONSTRUÍDA:	Lula é incapacitado.

Quadro 28 – Posicionamentos
Pesquisa da autora

E no dispositivo argumentativo temos:

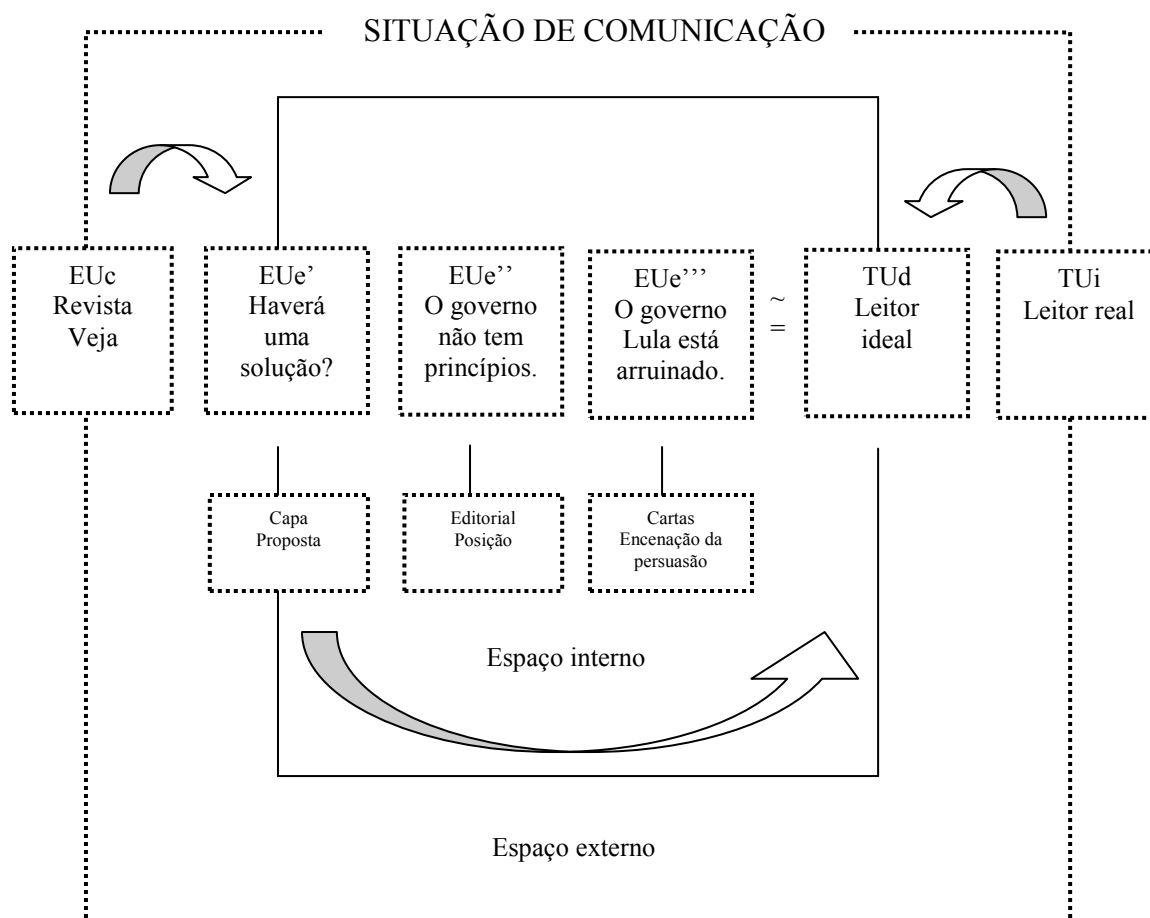
A proposta:

(Se) tem conserto	(portanto) governo promissor.
-------------------	-------------------------------

Quadro 29 – A Proposta (adaptado)
Fonte: Linguagem e discurso – Modos de Organização (CHARAUDEAU, 2008)

O sujeito declara falsa a Proposta acima. Independente da resposta do leitor, o enunciador do editorial já se defende. As opiniões dos leitores legitimam o posicionamento da revista: o governo Lula não tem conserto.

Assim, na cena enunciativa temos:



Esquema 9 – Ato de linguagem (adaptado)
Pesquisa da autora

Notamos que o enunciador no espaço interno questiona algo. Porém esta resposta positiva já está camuflada no segundo e terceiros enunciadores. O leitor real de VEJA é realmente o ideal, aquele que tem as suas cartas publicadas de acordo com a revista.

Em terra de cego quem tem um olho é rei
Imagine quem tem os dois
Oswaldo Montenegro

4 CONCLUSÃO

Grosso modo e de forma sucinta, podemos considerar o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos. Gomes (2003) afirma que o jornalismo tem uma origem panfletária que conclama à ação política, congrega-se em torno dos ideais e mobiliza em direção a lutas. Se ele conserva esse posicionamento, mesmo que seja só pela posição ideológica, ele se revela na visão da crítica, da denúncia, da vigilância, do apelo à justiça, que lhe é vital.

As revistas pontuam e organizam de acordo com metodologias próprias, “(...) as maneiras pelas quais a recepção deve olhar aquilo (...) que é remetido pela revista.” (NETO, 1991, p. 19)

VEJA e ISTOÉ são veículos marcados pela informação. A partir deles, as ‘janelas’ se abrem para o esclarecimento.

Então, ao retomarmos, aqui, as questões colocadas no início da dissertação, temos:

- a) Que fragmentos das cartas eram selecionados para publicação? Aqueles cujo posicionamento convergiam com o da revista.
 - b) Haveria uma relação entre os fragmentos publicados de tal maneira que formasse um texto maior? Sim.
 - c) Existiria uma orientação para a construção de uma determinada imagem do governo Lula? Percebemos que as revistas, por uma linha argumentativa, orienta a construção de uma dada imagem, cada uma delas objetivando persuadir, manipular e angariar leitores e outros mais, para seu modo de pensar e ver.
 - d) Como as revistas VEJA e ISTOÉ colaboram para a construção da imagem de Lula frente ao seu governo? Enfatizando mais “os escândalos”.
 - e) Que estratégias persuasivas são mobilizadas para se construir essa imagem e como a imprensa conduz o leitor a um determinado posicionamento?
- Há uma encenação polifônica e persuasiva. Os gêneros são utilizados como enunciadores conduzindo a opinião do leitor.
- f) E, afinal, qual é a imagem construída? Independentemente dos pontos positivos e negativos do Governo Lula, o que prevalece é o lado negativo.

Percebemos que os três gêneros analisados formam, sim, uma rede de sentidos. Inseridos nessa rede estão os olhares oblíquos: discurso, mídia e sociedade. Nessa rede, estão, também, as relações de poder segundo os lugares, os papéis e os textos que são previstos por uma dramaturgia, e as manobras de que dispõem os atores sociais que colocam em cena suas estratégias. Nesse ponto, o que a mídia almeja é o sucesso e, para isso, procura se manter no poder; suas convicções precisam ser acreditadas e seguidas.

Assim, observamos que a revista ISTOÉ desenvolve sua argumentação, em torno do Governo Lula, promovendo-se com um *ethos* de esclarecimento e reflexão: **"POR QUE LULA AINDA CONTINUA LULA"**.

A argumentação em VEJA se funda a partir de um *ethos* de denúncia: **"LULLA"**.

VEJA, além de informar, articula de maneira irônica o seu discurso: *"o que se faz é publicar o que acontece"*; *A pauta é a sociedade quem faz*"; *" publica o que o povo quer"*. Mas o que é questionável não é a publicação e nem a liberdade de expressão, mas sim, a forma de abordar a notícia e a opinião do leitor. O que os jornais e as revistas querem dizer para o cidadão é que é "necessário" pensar, reter e esperar. A linguagem não é informativa nem comunicativa. É de transmissão de palavras de ordem. O esquema de corrupção envolvendo Lula, como tema abordado pela mídia, é exemplo dessa circunstância. Tudo que se tem desse fato é a tentativa de construir, de maneira orientada, a imagem de um homem.

ISTOÉ anuncia os fatos com mais cautela: **"SEGUNDO MANDATO: AGORA VEM A PARTE MAIS DIFÍCIL"**, enquanto que VEJA é mais incisiva: **"A ÚLTIMA CHANCE"**.

Ambas as revistas apresentam-se como referência. É claro que cada uma com o seu modo particular de conduzir o discurso, porém com o mesmo perfil de leitor: aquele que é crítico e bem informado pela revista:

REVISTA ISTOÉ			REVISTA VEJA		
CAPA	EDITORIAL	CARTAS	CAPA	EDITORIAL	CARTAS
Apresentação metafórica.	Caráter mais jornalístico.	Leitor objetivo, de senso crítico e que sabe o que diz.	Apresentação irônica.	Caráter de propaganda e autodefesa.	Leitor objetivo, de senso crítico e que sabe o que diz.

Quadro 30 - Comparação entre ISTOÉ e VEJA
Pesquisa da autora

É tempo, portanto, de se considerar as estratégias persuasivas utilizadas pela mídia e que acabam por envolver o leitor com as notícias como uma operação disciplinar. É o momento, também de se observarmos que as notícias sempre partem de algum lugar dimensionado por algum interesse específico ou por uma posição específica. E isso significa discurso atravessando, influenciando, seduzindo e manipulando os indivíduos para formar suas opiniões, o que pode resultar em cidadãos forjados e nada críticos.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. São Paulo: Contexto, 2005.
- ARISTÓTELES. **Retórica**. Tradução e notas de Manuel Alexandre Júnior, Paulo Farmhouse Alberto e Abel do Nascimento Pena. Lisboa: Imprensa nacional; Casa da Moeda, 1998.
- AZEVEDO, Reinaldo. **VEJA 2 – Uma capa símbolo: delinquência e métodos criminosos de um partido**, sábado, 23 de setembro de 2006. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/veja-2-uma-capa-simbolo-delinquencia-metodos-criminosos-um-partido>> Acesso em: 30 de junho de 2007.
- EBEL, M. E FIALA, P. La situation d'énonciation dans les pratiques argumentatives. In: **Revue Langue Française**, 50. Paris: Larousse. 1981, pp. 53-73.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e linguagem: discursos e ciência**. São Paulo: Editora Moderna, 1998.
- BAKHTIN M. Ecrits du cercle de Bakhtine. In : TODOROV T. : **Mikhail Bakhtine, le principe dialogique**, Paris, Seuil (1^o. éd. entre 1926 et 1930, textes signés de V.N. Volochinov et M. M. Bakhtine.), 1981.
- BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins fontes, 1997.
- _____. **Questões de literatura e estética : a teoria do romance**. Trad. Autora F. Bernardini [et al.]; São Paulo: Editora da Unesp/Hucitec, 1988 [1975].
- _____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. 2^a. Ed. Trad. Paulo Bezerra. Rio: Forense Universitária. (1997) [1929].
- BAKHTIN, M./VOLOCHINOV, V.N. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução Michel Lahud ...[et al.] ; 10. ed. São Paulo: Hucitec, 2004 [1929/1991].
- BENVENISTE. Émile. O aparelho formal da enunciação. In: **Problemas de Lingüística Geral II**. Tradução Eduardo Guimarães ...[et al.]; revisão técnica da tradução Eduardo Guimarães. Campinas. São Paulo: Pontes. 1989, pp. 81-90.
- _____. Da subjetividade na linguagem. In: **Problemas de Lingüística Geral I**. 3 ed. São Paulo: Pontes, 1991, pp. 284-293.
- _____. A natureza dos pronomes. In: **Problemas de Lingüística Geral I**. 3 ed. São Paulo: Pontes, 1991.
- BEZERRA, P. Polifonia. In. : BRAIT, Beth. (org.) **Bakhtin : conceitos-chave**. São Paulo: Contexto, 2005, pp. 193-195.

CHARAUDEAU, P. ; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso**. Coordenação da tradução Fabiana Komesu. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, P. **Grammaire du sens et de l'expression**. Paris : Hachette, 1992.

_____. *Une analyse sémiolinguistique du Discours*. In : **Langages** no. 117, 1995, pp. 96-111.

_____. Para uma nova análise do discurso. CARNEIRO, A.D. (org.). In: **O Discurso da Mídia**. RJ, Of. do Autor, 1996, pp. 5-43.

_____. **Discurso das mídias**. Tradução Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Editora Contexto, 2006.

_____. *Linguagem e discurso modos de organização*. Coordenação da equipe de tradução Ângela M. S. Corrêa & Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2008.

CORRÊA, Thomaz Souto. **O que é uma boa revista?** Design Editorial. Sexta-feira, 13 de junho de 2008. Disponível em: <<http://design-editorial.blogspot.com/2008/06/o-que-uma-boua-revista.html>> Acesso em: 30 de junho de 2008.

DUCROT, O. Analyse de textes et linguistique de l'énonciation. In. : DUCROT. O ... [et al.] ; **Les Mots du discours**. Le Sens commun, Paris : Minuit, 1980, pp. 87-88.

DUCROT, O. **Le dire et le dit**. Paris : Minuit, 1984.

_____. (1969) Pressuposés et Sous-Entendus. **Le Dire et le Dit**. Paris : Minuit, 1984; Pressupostos e Subentendidos. O Dizer e o Dito. Campinas: Pontes, 1987.

_____. Esboço de uma Teoria Polifônica da Enunciação. In: **O dizer e o dito**. Campinas, SP: Pontes. 1987. pp. 161-218.

_____. **Polifonía Y Argumentación**. Conferencias del Seminario Teoría de la Argumentación y Análisis del Discurso. 1 ed. Cali: Universidad del Valle, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal. 2001, pp. 131-132.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mortes em derrapagem**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no Jornalismo: Discorrer, Disciplinar, Controlar**. São Paulo: Hacker Editores. Edusp, 2003.

MAINGUENEAU, D. **Analyse du Discours: une introduction aux lectures de l'archive**. Paris: Hachette. 1991.

_____. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Tradução de Freda Indursky. 3ª. Ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

_____. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. Ethos, cenografia e incorporação. In: AMOSSY, R. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005. p. 68-92.

_____. **Gênese dos Discursos**. Tradução de Sírio Possenti. Curitiba: Criar. Edições, 2005.

MACHADO, A. R.; BEZERRA M. A. (Orgs.). **Gêneros textuais & ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 19-36.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, A. P.;

MATENCIO, M. L. M. **Retextualização de textos acadêmicos: leitura, produção de textos e construção de conhecimentos**. Projeto de Pesquisa/FAPEMIG. Belo Horizonte: PUC MINAS. 2001a.

MELO, Cristina Teixeira Vieira de. **Cartas à redação: uma abordagem discursiva**. Campinas, SP: Universidade Estadual de Campinas. Tese de Doutorado, 1999.

PUBLIABRIL. **Tabela Geral de Circulação**. Disponível em:
<http://publicidade.abril.com.br/geral_circulacao_revista.php, acesso em 30 de junho de 2008.> Acesso em: 30 de junho de 2008.

RENEKER, Maxine H. **A qualitative study of information seeking among members of an academic community: methodological issues and problems**. Library Quarterly, v. 63, n. 4, pp. 487-507, Oct. 1993.

Revista ISTOÉ, edição 1861, Editora Três, 15 de junho de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1862, Editora Três, 22 de junho de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1862, Editora Três, 22 de junho de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1866, Editora Três, 20 de julho de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1867, Editora Três, 27 de julho de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1870, Editora Três, 17 de agosto de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1871, Editora Três, 24 de agosto de 2005.

Revista ISTOÉ, edição 1933, Editora Três, 08 de novembro de 2006.

Revista ISTOÉ, edição 1934, Editora Três, 15 de novembro de 2006.

Revista ISTOÉ, edição 1998, Editora Três, 20 de fevereiro de 2008.

Revista VEJA, edição 1, Editora Abril, 11 de setembro de 1968.

Revista VEJA, edição 1907, Editora Abril, 01 de junho de 2005.

Revista VEJA, edição 1910, Editora Abril, 22 de junho de 2005.

Revista VEJA, edição 1911, Editora Abril, 29 de junho de 2005.

Revista VEJA, edição 1913, Editora Abril, 13 de julho de 2005.

Revista VEJA, edição 1914, Editora Abril, 20 de julho de 2005.

Revista VEJA, edição 1916, Editora Abril, 03 de agosto de 2005.

Revista VEJA, edição 1917, Editora Abril, 10 de agosto de 2005.

Revista VEJA, edição 1975, Editora Abril, 27 de novembro de 2006.

Revista VEJA, edição 1891, Editora Abril, 08 de novembro de 2006.

Revista VEJA, edição 2018, Editora Abril, 25 de julho de 2007.

Revista VEJA, edição 2022, Editora Abril, 22 de agosto de 2007.

RODRIGUES, Adriano Duarte. "Delimitação, natureza e funções do discurso midiático". In: MOIULLAUD, Maurice (Org). **Jornal - da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 2002.

SILVA. Jane Quintiliano G. As práticas comunicativas da carta: formas interativas do convívio social. In: SILVA. Jane Quintiliano G. **Um estudo sobre o gênero carta pessoal: das práticas comunicativas aos indícios de interatividade na escrita dos textos**. Belo Horizonte – MG: Universidade Federal de Minas Gerais. Tese de Doutorado, 2002, pp.76-77.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2ª. Edição, São Paulo: Contexto, 2004.

ANEXOS



Prezado leitor:

Onde quer que você esteja, na vastidão do território nacional, estará lendo estas linhas praticamente ao mesmo tempo que todos os demais leitores do País. Pois VEJA quer ser a grande revista semanal de informação de todos os brasileiros. Há quase vinte anos, a Editora Abril lançava sua primeira publicação, *O Pato Donald*, apresentando — para jovens de todas as idades — as histórias maravilhosas das personagens de Walt Disney. Nos anos seguintes, com o sucesso de uma série de lançamentos (e o insucesso de alguns), crescemos e aprendemos muito. Publicações foram surgindo. Entre outras, *Capricho*, em 1952, *Manequim*, em 1959. Em 1960 — junto com a implantação da nossa indústria automobilística —, *Quatro Rodas*. No ano seguinte, *Claudia*. Em 1963, *Intervalo*. E, há pouco mais de dois anos, *Realidade*. Agora nasce VEJA. Para fazê-la, selecionamos 100 entre 1.800 candidatos universitários de todos os Estados e realizamos um inédito Curso Intensivo de Jornalismo. Ao término do Curso, com cinquenta desses moços e outros tantos jovens "veteranos", formamos a maior equipe redacional já reunida por uma revista brasileira. Enviamos editores e redatores para o exterior a fim de observar as principais revistas congêneres em ação. Abrimos ou ampliamos escritórios regionais em todas as grandes cidades do País e montamos uma

complexa rede de telecomunicações para mantê-los em contato constante com a redação em São Paulo. Para a cobertura internacional, contratamos os serviços de agências noticiosas e revistas de prestígio mundial: "Paris-Match", da França; "Newsweek", dos Estados Unidos; "Época", da Itália; e "Der Spiegel", da Alemanha. Finalmente, no decorrer dos últimos três meses, preparamos treze edições experimentais completas — com capa, texto, fotos e anúncios —, a fim de treinarmos para a grande jornada que hoje se inicia. O Brasil não pode mais ser o velho arquipélago separado pela distância, o espaço geográfico, a ignorância, os preconceitos e os regionalismos: precisa de informação rápida e objetiva a fim de escolher rumos novos. Precisa saber o que está acontecendo nas fronteiras da ciência, da tecnologia e da arte no mundo inteiro. Precisa acompanhar o extraordinário desenvolvimento dos negócios, da educação, do esporte, da religião. Precisa, enfim, estar bem informado. E este é o objetivo de VEJA. Devemos esta revista — em primeiro lugar — aos milhões de leitores que através dos anos têm prestigiado nossas publicações. Às classes governantes, produtoras, intelectuais que reclamaram da Abril este lançamento. Aos jornalistas, que com dedicação e espírito profissional o tornaram possível. Aos quase mil gráficos que participam, entusiasticamente, de seu complexo esquema de produção semanal. Aos distribuidores, jornaleiros e transportadores que aceitaram o desafio de vencer as enormes distâncias nacionais na corrida até as bancas, toda segunda-feira. E às agências e aos anunciantes que tomaram todo o nosso espaço disponível sem sequer conhecerem o projeto final da revista, numa comovedora prova de confiança. Conscientes da responsabilidade assumida ao editar VEJA, dedicamos a revista a todas essas pessoas. Ao Brasil de hoje e de amanhã.

Quadro 31 - Editorial 2
Revista VEJA, edição 1, 11/09/1968.



12/04/2000



09/08/2000



20/07/05



27/07/05

Capas da revista em três presidências: VEJA fiscaliza o poder, pelo bem do país

"A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonegam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça." A frase de Rui Barbosa, que vale sempre citar, desdobra com beleza aquela que é a missão jornalística por excelência – a de fiscalizar o poder, independentemente de quem o tenha conquistado, pelo bem do país. É essa missão que VEJA leva a cabo semana após semana, desde que foi lançada, em setembro de 1968. Durante a ditadura militar, na vigência da qual a revista nasceu, a fiscalização do poder pela imprensa era dificultada, quando não completamente impedida, pela censura. Democracia reinstaurada, à mordança substituiu-se – tanto melhor – a grita dos fiscalizados. "A imprensa é irresponsável"; "A imprensa é parcial"; "É preciso controlar a imprensa": tais são as frases que costumam pontuar o cantochão dos que, no poder, são

apanhados com a boca na botija. "A imprensa é a vista da nação. Por ela é que a nação acompanha o que lhe passa ao perto e ao longe, enxerga o que lhe malfazem, devassa o que lhe ocultam e tramam, colhe o que lhe sonégam, ou roubam, percebe onde lhe alvejam, ou nodoam, mede o que lhe cerceiam, ou destroem, vela pelo que lhe interessa, e se acautela do que a ameaça." A frase de Rui Barbosa, que vale sempre citar, desdobra com beleza aquela que é a missão jornalística por excelência – a de fiscalizar o poder, independentemente de quem o tenha conquistado, pelo bem do país. É essa missão que VEJA leva a cabo semana após semana, desde que foi lançada, em setembro de 1968. Durante a ditadura militar, na vigência da qual a revista nasceu, a fiscalização do poder pela imprensa era dificultada, quando não completamente impedida, pela censura. Democracia reinstaurada, à mordida substituiu-se – tanto melhor – a grita dos fiscalizados. "A imprensa é irresponsável"; "A imprensa é parcial"; "É preciso controlar a imprensa": tais são as frases que costumam pontuar o cantochão dos que, no poder, são apanhados com a boca na botija. No caso de VEJA, o cantochão mais ouvido é que ela é "parcial". Há quem o entoe agora, por causa da cobertura extensa e aprofundada que a revista faz dos escândalos que colocam em xeque o governo Lula. Como se fatos sobejamente provados fossem um diz-que-diz inconseqüente. Como se VEJA fosse antipetista. Nada mais longe da verdade. A revista não é, nem nunca foi, inimiga de forças políticas. Não era anti-Collor quando denunciou o esquema do tesoureiro PC Farias; não era antitucana nos momentos em que o governo Fernando Henrique Cardoso foi maculado por esquemas de corrupção. VEJA não é inimiga de certos partidos nem amiga de outros. A revista é, simplesmente, a favor do Brasil. Contra os que lhe malfazem, os que lhe roubam. A vista da nação.

Quadro 32 – Editorial 3
Revista VEJA, edição 1916, 0308/05.

Blog

Reinaldo Azevedo

Veja 2 - Uma capa-símbolo: delinquência e métodos criminosos de um partido

sábado, 23 de setembro de 2006 | 5:13



Veja chega às bancas com uma capa à altura dos tempos. Um emblema. Traz um Lula desenhado, com a faixa presidencial servindo de venda. E sem título. A imagem, rigorosamente, diz tudo. Restará para a história como símbolo dos quatro anos do governo que tudo fez, mas nada viu. Nunca antes Estepaiz viu e não viu tanto. Seguem trecho do texto de abre e link para assinantes: “Com seus métodos criminosos, o PT lançou o país em uma grave crise política. Às vésperas da eleição presidencial, o partido cometeu uma violência ao tentar influir nos resultados do pleito estadual paulista pela compra e divulgação de um dossiê falso sobre adversários. O crime foi descoberto. Pela proximidade dos seus autores confessos e dos suspeitos com a campanha de reeleição do presidente Lula e com a própria instituição da Presidência da República, as conseqüências legais podem ser severas. Entre os trágicos resultados potenciais do crime está até a impugnação da candidatura de Lula. Se isso vier a acontecer, o PT terá feito algo inédito em sua rica trajetória de delinquências. O próprio partido de Lula terá conseguido impedir a manifestação da vontade popular dos brasileiros que, nas pesquisas, brindam o presidente-candidato com 50% das preferências de voto. Na terminologia do próprio Lula, o PT terá conseguido ‘melar’ as eleições. Que melancólica ironia!”

Quadro 33 - A imagem
Revista VEJA, edição 1975, 27/11/06.