



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
DOUTORADO EM LINGUÍSTICA**

**A CONSTRUÇÃO DA MILITÂNCIA EDITORIAL: DISPUTAS POR HEGEMONIA
EM DISCURSOS DE EDITORIAIS DA MÍDIA IMPRESSA NAS ELEIÇÕES
PRESIDENCIAIS DE 2010**

ADRIANA NADJA LÉLIS COUTINHO

Recife-PE
2013

ADRIANA NADJA LÉLIS COUTINHO

**A CONSTRUÇÃO DA MILITÂNCIA EDITORIAL: DISPUTAS POR HEGEMONIA
EM DISCURSOS DE EDITORIAIS DA MÍDIA IMPRESSA NAS ELEIÇÕES
PRESIDENCIAIS DE 2010**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para a obtenção do grau de Doutor em Linguística.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Virgínia Leal

Linha de Pesquisa: Análises do Discurso

Recife-PE
2013

Catálogo na fonte
Bibliotecária Maria Rosismar Farias – CRB/3 - 631

C871c Coutinho, Adriana Nadja Lélis

A construção da militância editorial: disputas por hegemonia em discursos de editoriais da mídia impressa nas eleições presidenciais de 2010. / Adriana Nadja Lélis Coutinho. - Recife : UFPE, 2013.
183f. : il.

Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação – Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Virgínia Leal.

1.Análise do discurso francesa. 2. Mídia e política. 3. Militância editorial. 4.Cenas da Enunciação. 5.Ethos discursivo. I.Título.

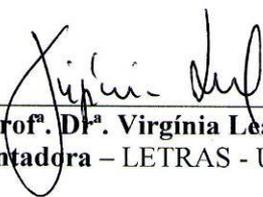
CDD 401.41

ADRIANA NADJA LÉLIS COUTINHO

**A CONSTRUÇÃO DA MILITÂNCIA EDITORIAL: Disputas por
Hegemonia em Discursos de Editoriais da Mídia Impressa nas Eleições
Presidenciais de 2010**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação
em Letras da Universidade Federal de Pernambuco
como requisito para a obtenção do Grau de Doutor
em Linguística em 9/8/2013.

TESE APROVADA PELA BANCA EXAMINADORA:



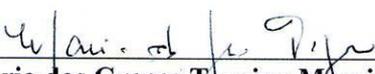
Prof.^a Dr.^a Virginia Leal
Orientadora – LETRAS - UFPE



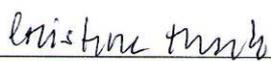
Prof.^a Dr.^a Siane Gois Cavalcanti Rodrigues
LETRAS - UFPE



Prof. Dr. Benedito Gomes Bezerra
LETRAS - UFPE



Prof.^a Dr.^a Maria das Graças Targino Moreira Guedes
COMUNICAÇÃO - UFPI



Prof.^a Dr.^a Cristina Teixeira Vieira de Melo
COMUNICAÇÃO - UFPE

**Recife – PE
2013**

A meus pais, José Coutinho e Amélia,
a meu esposo, Marcelino, e a meu
filho, Marcel, por me ajudarem, com o
exemplo, o companheirismo e a
esperança, a compor as cenas onde
enuncio o meu discurso e construo os
meus sentidos.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é resultado de uma interlocução que em muito extrapola o que aqui consigo enunciar. Muitos sujeitos, próximos ou distantes, pelo carinho ou pelo desafio, contribuíram, direta ou indiretamente, para que eu chegasse até este ponto de parada. A todos e a cada um, registro minha sincera gratidão:

A **DEUS**, que abriu todos os caminhos e mostrou todas as saídas.

Aos que participaram mais diretamente da execução desse projeto:

À orientadora e amiga, Virgínia Leal, pelo abraço caloroso na solidão do percurso, e por me dar o suporte e me inspirar confiança e liberdade para ser eu mesma.

Aos companheiros de jornada: Francisca Barros, Sílvia Vieira, Eldelita Holanda, Giselda Costa e Pedro Neto, por (com)partilharem comigo esse projeto e pela amizade sincera e companheirismo.

À professora Graça Targino, pela amizade, disponibilidade e carinho, em todos os momentos.

Às professoras Siane Gois e Cristina Teixeira, pela interlocução valiosa das bancas de defesa e qualificação.

Aos demais professores do PGLetras, em especial a Benedito Bezerra, por aceitar compor a minha banca, e a Antônio Carlos Xavier, Ângela Dionísio e Marlos Pessoa.

A Marcelino Fonteles, pelos instigantes questionamentos e o suporte bibliográfico.

A Rafael Lélis Neto, pelo apoio técnico.

Aos colegas e alunos do IFPI, pelas trocas dialógicas e as construções de sentido.

Às colegas Fátima Lima e Sílvia Clark, pelas traduções.

Ao IFPI, por oportunizar a concretização desse sonho.

Aos familiares e amigos:

A meu esposo, Marcelino, e meu filho, Marcel, por suportarem minha ausência e não me deixarem desistir.

A meus pais, José Coutinho e Amélia, pelo suporte de uma educação de qualidade, na escola e na vida.

Às fadas madrinhas, minha Tia Baía e minha irmã Zarinha, pelo carinho, a ajuda e a torcida.

A meus irmãos, Mary, Rafael, Márcio e João Paulo; aos cunhados, Mário, Jeisa e Jekeline, e aos sobrinhos Maria Clara, João Gabriel, Maria Heloísa, João Rafael e João Pedro, pela “torcida organizada”.

Aos meus avós, tios e primos – em especial a Teresa Coutinho, que partiu antes de me ver concluir essa etapa - por acreditarem em mim e me fazerem acreditar também.

A Lourdes Cunha, pela amizade incondicional e por ser a mãe mais dedicada que meu filho poderia encontrar em minha ausência.

A Socorro Praeiro, por cuidar de mim, de meus pais e de meus irmãos desde sempre.

A Ana Célia Laurindo, pelo cuidado, carinho e amizade comigo e com minha família.

E a todos que fazem minha vida cheia de muitos sentidos.

MUITO OBRIGADA!

O sentido é fronteira e subversão da
fronteira, negociação entre pontos de
estabilização da fala e forças que
excedem toda localidade.

Dominique Maingueneau

RESUMO

A presente tese objetiva analisar os discursos dos editoriais da revista **Carta Capital** – *Por que apoiamos Dilma*, publicado em 7/6/2010 e republicado em 4/10/2010 – e do jornal **O Estado de São Paulo** – *O mal a evitar*, veiculado na edição de 26/9/2010 –, e sua inscrição na polêmica do debate eleitoral, investigando os modos pelos quais constroem suas estratégias de adesão às candidaturas antagônicas. Parte-se do pressuposto de que tais discursos, ao elegerem o gênero editorial para tomar partido por um candidato, inauguram uma tendência no Brasil, cuja tradição jornalística pauta-se pela afirmação contundente de isenção política, como forma de legitimar a pretensa imparcialidade jornalística. Recorre-se, para essa investigação, aos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso Francesa, especialmente aos estudos de Maingueneau (1997, 2000, 2002, 2005, 2006, 2008a, 2008b, 2008c, 2010, 2011). Tendo em vista o primado do interdiscurso sobre o discurso, defendido por esse autor, busca-se, inicialmente, descrever a cena englobante, relacionada ao campo da mídia e sua importante imbricação com o campo político, bem como analisar a configuração da cena genérica instaurada com a utilização do editorial como recurso de adesão às candidaturas e a cenografia por meio da qual se realiza esse gênero. Em seguida, descrevem-se os modos pelos quais cada um dos enunciadores formula e projeta uma imagem de si, e como constrói as estratégias de incorporação desse ethos discursivo pelos coenunciadores. A análise do interdiscurso, a partir da observação das cenas e do ethos, permite afirmar que a adesão explícita às candidaturas em disputa instaura, no universo discursivo, uma zona intercampos, na qual a polêmica do debate eleitoral verdadeiramente se efetiva, o que permite a constituição do espaço discursivo da militância editorial. Nesse caso, o agente, respaldado pelo habitus conferido pelo campo da mídia, realiza, na verdade, uma militância política, que se dá pela manipulação dos recursos genéricos do editorial – este, na verdade, uma cenografia – por meio do qual promove uma espécie de panfletagem.

Palavras-chave: Análise do Discurso Francesa. Mídia e política. Militância editorial. Cenas da enunciação. Ethos discursivo.

ABSTRACT

This thesis aims at analyzing the discourses of two editorials: one from the magazine **Carta Capital** – *Why we support Dilma*, published on 6/7/2010 and republished on 10/4/2010 – and the other from the newspaper **O Estado de São Paulo** – *The evil to be avoided*, spread in the edition of 09/26/2010 -, and its inscription in the polemic of the electoral debate, investigating the ways in which they build their strategies of adhesion to the antagonistic candidatures. It is supposed that such discourses, when they elect the editorial genre to support a candidate, initiate a tendency in Brazil, whose journalistic tradition is ruled by the forceful assertion of political exemption, as a way of legitimating a presumed journalistic impartiality. This study is based on the theoretical-methodological assumptions of the French Discourse Analysis, specially the Maingueneau's studies (1997, 2000, 2002, 2005, 2006, 2008a, 2008b, 2008c, 2010, 2011). Bearing in mind the primacy of the interdiscourse about the discourse, defended by this author, it is searched, primarily, to portray the global scene related to the media scenery and its important imbrication with the political field, as well as to analyze the outline of the generic scene established with the use of the editorial as an adhesion claim to the candidatures and the scenography whereby befalls this genre. Next, it is described the ways whereby each one of the enunciators formulate and project an image of themselves and how they build the strategies of incorporation of this discursive ethos by the co-enunciators. The interdiscourse analysis, as from the observation of the scenes and the ethos allow asserting that the explicit adhesion to the candidatures in contest establishes, in the discursive universe, an interfield zone, in which the polemics of the electoral debate factually becomes effective, which let the constitution of the discursive space of the editorial militancy. In this case, the agent, endorsed by the habitus granted by the media field, accomplishes, actually, a political militancy, which it is given by the manipulation of the generic resources of the editorial – this one, in fact, a scenography – through which it is raised a sort of leafleting.

Key-words: French Discourse Analysis. Media and politics. Editorial militancy. Enunciation scenes. Discursive ethos.

RÉSUMÉ

Cette thèse vise à analyser les discours des éditoriaux du magazine **Carta Capital** - *Pourquoi nous appuyons Dilma*, publié le 7/6/2010 et republié le 4/10/2010 – ainsi que celui du journal **O Estado de São Paulo** - *Le mal à éviter*, véhiculé par l'édition du 26 /09/2010 – et son inscription dans la polemique du débat électoral. Nous voulons aussi connaître les moyens par lesquels ses stratégies d'adhésion aux candidatures antagoniques se construisent. Nous partons de la conjecture que tels discours, au moment où ils ont choisi le genre éditorial pour prendre parti pour un candidat, établissent une tendance au Brésil, dont la tradition journalistique se caractérise par l'affirmation incisive de l'exemption politique, comme forme de légitimer la prétendue impartialité journalistique. Nous avons recours, par cette enquête, aux présuppositions théoriques- méthodologiques de L'analyse du Discours Français, surtout aux études de Maingueneau (1997, 2000, 2002, 2005, 2006, 2008a, 2008b, 2008c, 2010, 2011). Considérant la primauté de l'interdiscours sur le discours, défend d'abord, à décrire la scène englobante, relatif au champ des médias et son importante imbrication avec le champ politique, ainsi que l'analyse de la configuration de la scène générique établie par le recours à l'éditorial comme forme d'adhésion aux candidatures et à la scénographie au moyen de laquelle ce genre se fait. À la suite, nous décrivons les moyens pour lesquels chaque énonciateur formule et projette son image et le mode comme se construisent par les coénonciateurs les stratégies de l'incorporation de cette ethos discursif. L'analyse de l'interdiscours', à partir de l'observation de scènes et du ethos permet d'affirmer que l'adhésion explicite aux candidatures disputées établit dans l'univers discursif une zone interchamps une zone dans laquelle la polémique du débat électoral s'effectue, ce qui permet la constitution d'un espace discursif du militantisme éditoriale. Dans ce cas, l'agent, soutenu par l'habitus accordé par le champ des médias, réalise, en effet, un militantisme politique, qui se fait par la manipulation des ressources génériques de l'éditorial – celui-ci, en fait, une scénographie – par laquelle une sorte de mouvement pamphlétaire a lieu.

Mots-clés: Analyse du Discours Français. Les médias et la politique. Militantisme éditoriale. Scène d'énonciation. Ethos discursif.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Construção da imagem de Lula nas capas da revista Veja	77
Quadro 1	Condições de êxito dos gêneros editorial e panfleto	78
Quadro 2	Estratégias de construção do ethos em O Estado de São Paulo e Carta Capital	107
Figura 2	Mediatização da política	116
Figura 3	O espaço discursivo da militância editorial	116
Figura 4	Pesquisas eleitorais 2010 (1º turno)	133
Figura 5	Pesquisas eleitorais 2010 (2º turno)	134

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABL	Academia Brasileira de Letras
AD	Análise do Discurso
AIE	Aparelhos Ideológicos do Estado
ARENA	Aliança Renovadora Nacional
CC	Carta Capital
CEBs	Comunidades Eclesiais de Base
CR-P	Cenários de Representação da Política
EUA	Estados Unidos da América
FARC	Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia
FD	Formação Discursiva
FHC	Fernando Henrique Cardoso
HGPE	Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral
IFPI	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí
IUPERJ	Instituto Universitário de Pesquisas e Estudos do Rio de Janeiro
IVC	Instituto Verificador de Circulação
OBM	Observatório Brasileiro de Mídia
OESP	O Estado de São Paulo
PROUNI	Programa Universidade para Todos
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	Partido dos Trabalhadores
STF	Supremo Tribunal Federal
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
UFPI	Universidade Federal do Piauí
USP	Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	Nas veredas da Análise do Discurso	17
1.2	Um horizonte, muitos caminhos	25
2	A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA POLÍTICA	33
2.1	A mídia como lugar de referência na construção da realidade social....	33
2.2	A centralidade da mídia brasileira na construção da política	40
3	RECONSTITUINDO A ENUNCIÇÃO: CENA ENGLOBANTE, CENA GENÉRICA E CENOGRAFIA	50
3.1	Nos rastros da cena englobante: o campo jornalístico e os cenários de representação da política	50
3.2	Editorial: cena genérica ou cenografia?	57
3.2.1	Entre a estabilidade e a relatividade: uma questão de gênero	59
3.2.2	O editorial como encenação	65
3.2.3	Nos bastidores da cena: o panfleto	75
4	IMAGENS EM CENA: A CONSTRUÇÃO DO ETHOS	79
4.1	Agente fiador: o campo como garantia de isenção	82
4.2	Incorporando estereótipos: estratégias de engajamento	91
4.3	Ethos e incorporação do discurso da competência	99
5	ARENA DE SURDOS: AS FACETAS DO POLÊMICO	109
5.1	Da mídia para a política: nas trilhas do interdiscurso	110
5.1.1	O espaço discursivo da militância editorial	113
5.1.2	Agência e discurso político	119
5.2	As facetas do polêmico	123
5.2.1	Um registro em três dimensões	124
5.2.2	A semântica da interincompreensão	137
5.2.2.1	O Mesmo e o Outro: entre o lulismo e o antilulismo	142
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	156
	REFERÊNCIAS	163
	ANEXOS	168

1 INTRODUÇÃO

A análise da realidade social, no mundo contemporâneo, demanda, imprescindivelmente, o estudo sistemático dos modos pelos quais os meios de comunicação de massa apropriam-se dos fatos e constroem informações, bem como as estratégias pelas quais promovem trocas simbólicas de significados, de modo a gerar consenso, estabelecendo um poder hegemônico. Tais processos, longe de representarem a expressão da objetividade e da neutralidade que caracterizam a pretensa isenção dessa atividade profissional, são produzidos nas disputas de sentido pela hegemonia no campo jornalístico, através da apropriação simbólica da realidade pela linguagem. É na interseção entre linguagem, comunicação e política que se manifestam essas disputas no espaço social.

A mídia é um campo privilegiado de produção e disseminação do conhecimento, bem como de representação e construção do real. Ao “mostrar” a realidade, através de informações e entretenimento, produz significados e dá visibilidade a eles de forma semelhante à Escola, à Igreja e às instituições públicas, por exemplo. Entretanto, o critério de verdade da mídia é, em grande medida, sua própria conveniência. Daí sua autoafirmação como quarto poder, pretensamente fiscalizador, legitimador e até mesmo controlador dos poderes inerentes à democracia. A legitimidade do discurso midiático baseia-se, historicamente, na suposta superioridade sobre os demais poderes e sobre as instituições que os resguardam.

Essa identificação da mídia como quarto poder ampara-se, principalmente, na afirmação de um discurso que se propala isento de qualquer tipo de influência. Tal isenção é continuamente reforçada pelos princípios que regem a atividade jornalística, como neutralidade, imparcialidade, objetividade, veracidade e independência, que legitimam para a opinião pública a atuação desse agente social e o lugar de fala por ele instituído. A reafirmação desses princípios constitui importante estratégia desses veículos para a preservação da credibilidade e para a manutenção da hegemonia do campo.

Tornou-se consenso, entretanto, principalmente após os estudos realizados pela chamada Escola de Frankfurt, que a mídia não se limita a divulgar informações e registrar o cotidiano, amparada nos preceitos da imparcialidade e da neutralidade,

mas participa ativamente da arena política, atuando em defesa do grande capital – uma vez que se organiza em grandes conglomerados de comunicação, em poder de famílias tradicionalmente influentes no cenário político-econômico, especialmente no Brasil – e buscando interferir na atuação dos outros espaços hegemônicos da sociedade, dentre eles, o campo político.

A centralidade da mídia na vida humana, como simples fonte de entretenimento ou como meio de acesso a informações, ou até mesmo como instrumento de trabalho, representa, para Lima (2001), uma das características mais marcantes do início desse novo milênio. Tal centralidade também é analisada por Chauí (2006), para quem o poder da comunicação de massa não se assemelha ao da ideologia burguesa, baseado na “inculcação” de valores sobre os quais as pessoas deveriam fundamentar suas práticas e suas relações sociais. Seu poder ideológico-político tem como base a produção de simulacros, com os quais cria noções de realidade, confundindo o real e o virtual. Nesse aspecto, a linguagem tem papel central, pois é através da mobilização deste importante capital simbólico que tais simulacros são produzidos e legitimados. É também por meio da linguagem que esse lugar simbólico é continuamente assegurado.

Fausto Neto (1999), elencando algumas características das mídias, afirma que elas se estruturam no espaço público, nele atuando através de competências próprias e conferindo visibilidade pública às falas por ele engendradas. Um conjunto de leis e condições de produção internas às culturas das próprias mídias regulam tais falas. Através de dispositivos midiáticos, experiências do cotidiano e das instituições são midiaticizadas, nas interações entre o campo das mídias e outros campos, o que permite a constituição do espaço público, seu funcionamento, seus atores e seus processos discursivos. Daí a importância de se compreender os modos de funcionamento desse poder simbólico engendrado e potencializado pela linguagem.

Lima (2001), inspirado em Stuart Hall, propõe o conceito de Cenários de Representação da Política (CR-P) – como espaços de representação da política, construídos em processos de longo prazo na mídia e pela mídia, lugar e objeto da articulação hegemônica –, como forma de contribuir para o reconhecimento da mídia como objeto fundamental de análise para a compreensão do poder político no mundo contemporâneo.

Nesse sentido, o presente estudo objetiva investigar os modos pelos quais os discursos dos editoriais da revista **Carta Capital** (CC) – publicado em 7/6/2010 e republicado em 4/10/2010, intitulado *Por que apoiamos Dilma* –, e do jornal **O Estado de São Paulo** (OESP) – veiculado na edição do dia 26/9/2010, com título *O mal a evitar* – constroem suas estratégias discursivas de adesão às candidaturas antagônicas no segundo turno das eleições presidenciais de 2010. Para tanto, adotam-se os seguintes objetivos específicos:

- Investigar as cenas enunciativas configuradas no universo discursivo no qual se instituem os editoriais;
- Descrever a cena englobante, relacionada à atuação da mídia no contexto das eleições presidenciais de 2010, comparativamente com as outras eleições presidenciais do período pós-ditatorial, e sua imbricação com o campo político;
- Analisar a configuração da cena genérica instaurada com a utilização do editorial como recurso de adesão da instituição jornalística a determinada candidatura;
- Reconstituir a cenografia produzida pelos enunciadores, no sentido de validar as posições defendidas;
- Descrever o ethos discursivo projetado por cada um dos enunciadores e as estratégias de incorporação pelo destinatário a ele associadas;
- Investigar os modos pelos quais os discursos participam do espaço de interincompreensão recíproca instaurado com a polêmica do debate político.

Parte-se do pressuposto de que tais discursos, ao elegerem o gênero editorial para tomar partido por um candidato em disputa eleitoral, inauguram uma tendência no Brasil, cuja tradição jornalística se pauta pela afirmação contundente de isenção política, como forma de legitimar sua pretensa imparcialidade. As eleições presidenciais brasileiras de 2010, portanto, consolidam uma mudança significativa – já em andamento desde o primeiro governo do Partido dos Trabalhadores (PT), após as eleições de 2002, e aguçada com as eleições de 2006 – no que tange às estratégias de posicionamento dos veículos de comunicação. Nesse

sentido, a midiaticização da política, como tem sido definida a centralidade dos meios de comunicação na constituição do espaço público, com a legitimação de atores e de práticas, torna-se cada vez mais aguçada no Brasil, o que se deve, em grande medida, à participação massiva da internet, com destaque para as redes sociais e os blogs jornalísticos.

A grande arena discursiva que se instaura – e a conseqüente mobilização popular que provoca – passa a influenciar em grande medida não somente a pauta dos grandes jornais, das revistas semanais e dos programas noticiosos de televisão, mas também a conduta dos veículos de comunicação na divulgação dos acontecimentos. O posicionamento explícito de duas importantes organizações jornalísticas em favor das candidaturas em disputa produz, assim, o que aqui se define como a militância editorial, espaço simbólico constituído dessa imbricação entre o campo da mídia e o campo político, no qual, especificamente, os discursos constroem seus posicionamentos e se inscrevem no interdiscurso.

A definição do *corpus* desta pesquisa, restrito a esses dois enunciados, orienta-se, inclusive, pelo ineditismo de tal estratégia e das implicações a ela associadas, não somente por sua instituição enquanto evento comunicativo, ou político, mas por sua peculiaridade enquanto evento discursivo. Desse modo, vale esclarecer algumas restrições metodológicas necessárias ao manejo desses enunciados. Inicialmente, optou-se por efetivar a análise de forma articulada com o referencial teórico. Priorizou-se, desse modo, a contextualização da atuação da mídia na cena eleitoral da política brasileira, para, em seguida, progressivamente, incluir a análise das cenas, do ethos e da polêmica.

Outro ponto a destacar relaciona-se ao uso intercambiável dos termos “campo da mídia” e “campo jornalístico”, bem como das expressões “discurso da mídia” e “discurso jornalístico”. Apesar de se reconhecer que o jornalismo é um elemento integrado ao campo da mídia, este bem mais amplo e complexo, optou-se pelo uso indiscriminado das duas formas, como recurso retórico, dada a necessidade de constantes retomadas. Ademais, em alguns pontos da análise, utiliza-se o termo (e)leitor, para marcar a dupla possibilidade de compreensão do destinatário, aqui tomado enquanto leitor modelo da instituição de comunicação, ou como eleitor. Esse recurso, no entanto, é utilizado apenas quando a argumentação o exige.

Vale ainda acrescentar que, por uma questão de estilo, optou-se, no relato desta pesquisa, por integrar discursivamente, no próprio texto, os trechos destacados dos enunciados analisados, entendidos como marcas linguísticas. Tais marcas são inseridas entre aspas e em itálico, como forma de marcar a distinção dessas sequências de outros trechos aspeados, nos quais as aspas marcam citações diretas ou servem a outros recursos a serviço da organização retórica da tese. Além disso, vale salientar, optou-se por grafar sem itálico os termos *ethos*, *pathos*, *logos* e *habitus*, uma vez que, mesmo oriundos de língua estrangeira, representam, na cultura acadêmica brasileira, conceitos estabilizados.

Postas tais opções, deve-se acrescentar que, para a consecução dos objetivos propostos nesta pesquisa, opta-se pelos aportes teórico-metodológicos da análise do discurso de linha francesa (AD), uma vez que, de acordo com Mussalim (2006), “o projeto da AD se inscreve num objetivo político, e a Linguística oferece meios para abordar a política” (p. 102). Recorre-se, para isso, aos estudos sobre a dimensão ideológica do contexto e das condições de produção dos textos e das trocas sociais simbólicas que produzem sentido, bem como à dimensão enunciativa das práticas de linguagem. Considera-se como imperativo, para essa opção metodológica, a compreensão de que o discurso representa “uma dispersão de textos, cujo modo de inscrição histórica permite definir como um espaço de regularidades enunciativas” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 15).

1.1 Nas veredas da Análise do Discurso

Segundo Brandão (2004), a articulação do linguístico com o sócio-histórico na formulação do quadro teórico da AD estabelece como nucleares os conceitos de Ideologia – formulado por Althusser como a “maneira pela qual os homens vivem a sua relação com as condições reais de existência, e esta relação é necessariamente imaginária” (p. 24) –, e de Discurso – elaborado por Foucault para designar um campo de regularidades, em que diversas posições de subjetividade podem manifestar-se, definindo o espaço de articulação entre saber e poder.

Para Althusser (1998), o Estado tem sua função complementada por instituições, como a escola e a religião, por exemplo, que funcionam, em suas

práticas e discursos, como Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). Mussalim (2006) salienta que a importância da Linguística para o projeto althusseriano reside no fato de que a linguagem aparece como a via pela qual se pode apreender o funcionamento da ideologia, já que representa lugar privilegiado em que esta se materializa. Como acrescenta Fairclough (2001), Pêcheux encontra na teoria marxista de Althusser a fonte principal de sua abordagem, ao identificar na linguagem uma forma material de ideologia fundamentalmente importante, e utiliza o termo discurso para caracterizar essa natureza ideológica do uso linguístico.

Os conceitos de ideologia e de discurso são, portanto, como salienta Brandão (2004), o fundamento para a introdução, no campo da AD, dos conceitos de “formação ideológica”, extraído de Althusser, e de “formação discursiva” (FD), de Foucault, que, incorporados por Pêcheux e associados ao conceito de “condições de produção”, elaborado por este último, formam uma tríade básica nas formulações teóricas da AD, em seu estágio inaugural.

O termo formação discursiva designa “conjuntos de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas” (MAINGUENEAU, 2000, p. 67-68). Uma formação discursiva, como explica Brandão (2004), determina “‘o que pode e deve ser dito’ a partir de um lugar social historicamente determinado” (p. 90). A constituição dos sujeitos sociais se dá em relação a formações discursivas particulares e seus sentidos, como esclarece Fairclough (2001). Para esse autor, “os sujeitos tendem a perceber a si mesmos equivocadamente como a fonte dos sentidos de uma FD, quando na verdade são seus efeitos” (p.53).

Uma formação discursiva também se define pela sua relação com a formação ideológica, que é composta por um conjunto de atitudes e representações que, não sendo individuais, nem universais, relacionam-se às posições de classe em conflito umas com as outras (BRANDÃO, 2004). Quanto às condições de produção, estas se referem ao contexto histórico-social, aos interlocutores, aos lugares de onde falam e às imagens que fazem de si, do outro e do referente de seus discursos. Como explica Mussalim:

Esse jogo de imagens, mesmo estabelecendo as condições de produção do discurso, ou seja, aquilo que o sujeito pode/deve ou não

dizer, a partir do lugar que ocupa e das representações que faz ao enunciar, não é preestabelecido antes que o sujeito enuncie esse discurso, mas esse jogo vai se constituindo à medida que se constitui o próprio discurso (2006, p. 137).

Importante destacar – considerando-se a necessidade de inscrever, no escopo teórico da AD, a abordagem adotada nesta pesquisa – a importância da proposta enunciativa de Émile Benveniste. Considerado o linguista da enunciação, esse autor, segundo Flores e Teixeira (2005, p. 29), “talvez seja o primeiro linguista, a partir do quadro saussuriano, a desenvolver um modelo de análise da língua especificamente voltado à enunciação”, isso nos momentos áureos do estruturalismo nas ciências humanas e na linguística, quando a abordagem da enunciação, com a relevância assumida pelo contexto nesse enfoque, eram consideradas incompatíveis com uma visão estrutural da língua. Mesmo com as condições adversas, esse autor mantém em sua proposta teórica a fidelidade ao estruturalismo saussuriano, pelo uso de concepções como estrutura, relação e signo, por exemplo. Entretanto, introduz a subjetividade no objeto da linguística.

Benveniste (1989), afirmando que o homem não nasce na natureza, mas na cultura, refuta a ideia de que a língua surge, naturalmente, a partir de uma habilidade inata, e afirma que aquilo que o homem adquire, aprendendo a falar, é o mundo no qual vive, que se realiza por meio da linguagem e sobre o qual aprende a agir. A relação entre língua e cultura, baseada no poder de ação, de transformação, de adaptação, é, para ele, uma relação de integração necessária, já que não há existência comum sem a língua. Ao pensar a enunciação como o processo pelo qual o homem se faz sujeito e transforma em realidade o que é, até então, uma língua em potencial, estabelece a noção de língua como um lugar onde o sentido é produzido, por meio de uma ação subjetiva e individual. Privilegia, desse modo, o dizer, e mais, as formas, os modos de construção desse dizer, e não o dito, que é o enunciado, a materialização da enunciação na superfície linguística do texto.

Ao definir a enunciação como “o colocar em funcionamento a língua por um ato individual de utilização”, Benveniste (1989, p. 82) reabilita a subjetividade, valorizando a fala, atitude de apropriação da língua pelo sujeito para apreensão do real e representação do mundo. No ato enunciativo, esse sujeito constitui a si, assumindo sua individualidade enquanto “eu”, em oposição a “tu” e “eles”, como esclarece o autor:

Ora, esse ato de discurso que enuncia eu aparecerá, cada vez que ele é reproduzido, como o mesmo ato para aquele que o entende, mas para aquele que o enuncia, é cada vez um ato novo, ainda que repetido mil vezes, porque ele realiza a cada vez a inserção do locutor num momento novo do tempo e numa textura diferente de circunstâncias e de discursos (BENVENISTE, 1989, p.68).

A referência aos interlocutores na análise do significado é, pois, o cerne da proposta teórica desse autor, consoante Flores e Teixeira (2005), para quem, nesse modelo de análise da enunciação, “os interlocutores referem e co-referem na atribuição de sentido às palavras” (p. 32). Disso decorre o fato de que, na proposta enunciativa de Benveniste, a categoria de pessoa não se define apenas pelo critério de presença/ausência dos traços de pessoalidade, mas em termos de subjetividade, ou de intersubjetividade, posto que, nessa perspectiva, o fundamento linguístico da subjetividade somente poderá ser acessado por meio da relação dialética entre o “eu” e o “outro” do indivíduo. Nesse sentido, a intersubjetividade é constitutiva da subjetividade.

Vale ressaltar, no entanto, que a concepção de sujeito subjacente à teoria da enunciação de Benveniste não é idealista. Como advertem Flores e Teixeira (2005), essa teoria não trata do sujeito em si, mas da representação linguística que dele oferece a enunciação. Ademais, os autores ressaltam que é o próprio ato individual de utilização da língua que interessa a essa abordagem, e não o produto desse ato, que seria o discurso. A referenciação, no caso, é parte da enunciação, pois o locutor, mobilizando a língua e dela se apropriando, estabelece relação com o mundo, e o alocutário correfere. Em outras palavras, Benveniste trata da referência em relação à própria enunciação, da qual é parte integrante, e ao sujeito. Não se trata, no caso, da referência ao mundo (FLORES e TEIXEIRA, 2005).

Se, como dito, cabe a Benveniste instaurar o sujeito no centro dos estudos linguísticos, compete a Mikhail Bakhtin e ao círculo linguístico ao qual se integra a inclusão do diálogo no bojo das discussões teóricas desse campo. Como ressaltam Flores e Teixeira (2005), as ideias sobre a linguagem surgidas das reflexões do Círculo contêm elementos que concorrem para a elaboração de um pensamento sobre a enunciação, prenunciando o estabelecimento de uma linguística da enunciação que, além da intersubjetividade, contemple a indicação de um modelo de análise que articule forma e uso no processo de construção dos sentidos no

discurso. Como afirma o próprio Bakhtin (1999, p. 140), “nenhuma das categorias linguísticas convém à determinação do todo. Com efeito, as categorias linguísticas, tais como são, só são aplicáveis no interior do território da enunciação”.

Como resumem os autores:

Ao criticar o privilégio da descrição formal, estática e normativa em detrimento do mutável; a desvinculação da palavra do contexto histórico real de utilização; o estudo das enunciações monológicas isoladas de maneira imanente e a descrição sincrônica desligada da evolução da língua, Bakhtin (Voloshinov) mostra sua concepção de enunciação como produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados, mesmo que o interlocutor seja uma virtualidade representativa da comunidade na qual está inserido o locutor, e propõe, dessa forma, a ideia de interação verbal realizada por meio da enunciação. A unidade fundamental da língua passa, assim, a ser o diálogo, entendido não somente no sentido aritmético do termo, mas como toda a comunicação verbal, independentemente do tipo (FLORES E TEIXEIRA, 2005, p. 49).

O locutor, nessa perspectiva, institui-se na viva interação com as vozes sociais. Isso porque, para Bakhtin (1999), o selo da individualidade está presente em todo produto da ideologia, e, ao mesmo tempo, este mesmo selo é tão social quanto as demais particularidades e signos distintivos de tal produto, o que implica dizer que “todo signo, inclusive o da individualidade, é social” (p. 59). O caráter social do signo articula-se, no pensamento desse autor, com a própria condição dialógica de toda atividade verbal, uma vez que, como argumenta Bakhtin (2003), todo falante é, em si, um respondente, em maior ou menor grau, ou, em outros termos, “o falante não é um Adão bíblico, só relacionado com objetos virgens ainda não nomeados, aos quais dá nome pela primeira vez” (p. 300). Isso implica a consideração de que cada enunciado funciona como um elo numa corrente complexamente composta de outros enunciados.

A unidade de comunicação discursiva, nesse sentido, é o enunciado concreto, não uma unidade convencional, mas uma unidade real, delimitada da alternância dos sujeitos do discurso, ou dialogismo, o qual seria a primeira peculiaridade constitutiva do enunciado. A conclusibilidade, ou sua inteireza acabada, por meio da qual é assegurada a possibilidade de resposta, é a segunda peculiaridade constitutiva do enunciado. A relação do enunciado com seu autor e com outros participantes da comunicação discursiva seria a terceira peculiaridade descrita por Bakhtin (2003), para quem o enunciado funciona como elo na cadeia da comunicação discursiva.

Essas peculiaridades orientam a definição do gênero do discurso “não como uma forma da língua, mas uma forma típica do enunciado” (p. 293).

E cada enunciado, vale ratificar, está constitutivamente implicado com outros enunciados, os quais se refletem mutuamente. Esta é a síntese do dialogismo bakhtiniano, a partir do qual a enunciação se deixa observar, nessa perspectiva. Como explica o autor:

Cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera da comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma resposta aos enunciados precedentes de um determinado campo (BAKHTIN, 2003, p. 297).

É, pois, no enunciado, e nas tonalidades dialógicas que o definem, que a proposta bakhtiniana institui o objeto da comunicação discursiva. Essa perspectiva permite um avanço significativo dos estudos do discurso, pela possibilidade de orientar o foco para uso efetivo da língua, e não para sua estrutura abstrata ou para a imanência da enunciação. Esse caráter dialógico do enunciado contribui para a elaboração da proposta teórico-metodológica desenvolvida por Dominique Maingueneau, que serve de fundamentação esta pesquisa. Da inserção do sujeito proposta por Émile Benveniste à instituição constitutiva do diálogo bakhtiniano, parte-se agora para o interdiscurso, e a defesa de seu primado sobre o discurso, como cerne da análise.

Além de promover um deslocamento significativo da unidade de análise do discurso para o interdiscurso, a proposta desse autor, segundo Brandão (2004), promove uma revisão em um dos conceitos centrais da AD:

Essa forma de abordar o discurso vai afetar um conceito nuclear da AD: o de formação discursiva – em que se deve reconhecer a coexistência de “várias linguagens em uma única” e não o contrário, como pensavam inadequadamente alguns, a existência de “uma única linguagem para todos”. Assim, uma FD não deve ser entendida como um bloco compacto e coeso que se opõe a outras FDs. Pois “uma FD é heterogênea a ela própria” e seu fechamento é bastante instável, não há um limite rigoroso que separa o seu “interior” do seu “exterior”, uma vez que ela confina com várias outras FDs e as fronteiras entre elas se deslocam conforme os embates da luta ideológica. É assim que se pode afirmar que uma FD é atravessada por várias FDs e, conseqüentemente, que toda FD é definida a partir de seu interdiscurso (BRANDÃO, 2004, p. 88-89).

A gênese dos discursos, nessa perspectiva, como esclarece Maingueneau (2008b) é a própria relação interdiscursiva, na qual eles se constituem, de maneira regulada, no interior mesmo do interdiscurso. E esse processo de interação semântica advindo do caráter constitutivo do interdiscurso se efetiva como um processo de tradução, por meio do qual cada discurso incorpora o Outro em seu fechamento, traduzindo-o conforme as categorias do seu Mesmo, construindo, dessa forma, simulacros. O sentido, desse modo, não se origina de uma posição enunciativa absoluta, mas “deve ser apreendido como uma circulação dissimétrica de uma posição enunciativa a outra; a identidade de um discurso coincide com a rede de interincompreensão na qual ele é capturado” (p. 22-23).

É interessante ressaltar que a problemática do signo, nessa perspectiva, é expandida, definindo-se como um sistema de restrições semânticas globais. Essa proposição amplia os planos nos quais as especificidades de um discurso se deixariam visualizar, dando um caráter global às restrições semânticas, que envolvem, nesse modelo, não somente o enunciado (as palavras, as frases, os arranjos argumentativos...), mas também a enunciação, e mesmo além dela. Tal sistema, como adverte Maingueneau (2008b), apresenta-se como um modelo de competência interdiscursiva, através do qual os enunciadores de um discurso produzem e interpretam enunciados compatíveis com as regras de sua própria formação discursiva e, ao mesmo tempo, são capazes de identificar como incompatíveis os enunciados das formações discursivas antagônicas, os quais traduzem a partir de seu próprio sistema de restrições.

Assim, o discurso deixa de ser pensado como um conjunto de textos, para ser visto como prática discursiva, ou prática intersemiótica, pois que pode integrar elementos de outros domínios semióticos. A formação discursiva, tendo em vista os deslocamentos pressupostos nessas proposições, como sintetiza Maingueneau (2008b, p. 23), “revela-se, assim, como ‘esquemas de correspondência’ entre campos à primeira vista heterônimos”. Isso implica, necessariamente, a adoção de um ponto de vista orientado pela articulação entre enunciado e enunciação, entre linguagem e contexto, entre fala e ação e entre instituições linguísticas e instituições sociais, dentre outras, o que leva o autor a inscrever-se teoricamente no movimento de fundo da pragmática, embora operando no nível do discurso (MAINGUENEAU, 2008b).

Com base no primado do interdiscurso, Maingueneau (2002, 2005, 2006, 2008a) propõe pensar a instituição do discurso como uma encenação, a qual se realiza em três cenas: a cena englobante, relacionada ao tipo de discurso, ou domínio discursivo, e seu estatuto pragmático; a cena genérica, vinculada ao gênero de discurso no qual as práticas languageiras efetivamente se realizam, e a cenografia, associada ao funcionamento do dispositivo de fala. Neste estudo, considera-se de capital importância a compreensão das cenas da enunciação, tomadas aqui como portas de entrada para visualizar as sutilezas do interdiscurso, de modo a analisar as estratégias de posicionamento nos enunciados analisados.

A partir dessa incursão pelas cenas da enunciação, e tendo em vista as interrelações por elas oportunizadas, esta pesquisa parte para a análise de outro importante componente dos aportes oferecidos nessa perspectiva teórica: o conceito de ethos discursivo, compreendido como um corpo enunciante subjetivado na e pela enunciação, dotado de caráter e corporalidade próprios, e do qual deriva a fala encenada. A observação do ethos possibilita, dentre outras coisas, investigar os modos de interpelação do (e)leitor e as formas pelas quais os discursos simbolicamente propõem sua incorporação à cena de fala e, conseqüentemente, sua adesão.

Ademais, recorre-se à noção da polêmica como interincompreensão, de modo a investigar como, no espaço discursivo da militância editorial, realiza-se a verdadeira “arena de surdos” instituída pelo debate público acerca das eleições de 2010, e como as tensões entre os campos são impressas nas traduções que cada um dos discursos faz do discurso do oponente. Considera-se, pois, que os aportes teórico-metodológicos da proposta de Dominique Maingueneau ajustam-se precisamente aos objetivos dessa pesquisa. Tais pressupostos permitem visualizar, na dinâmica desse importante evento comunicativo, que é também – e especificamente – um evento discursivo, os fenômenos manifestos, bem como sua relevância na construção da realidade política brasileira, da qual a mídia se apresenta como importante agente.

1.2 Um horizonte, muitos caminhos

Em síntese, afirma-se que o arcabouço teórico-metodológico desenvolvido por Maingueneau oportuniza, de forma prática e coerente, observar o interdiscurso, sob uma ótica mais restrita e precisa, situando-o num quadro em que se delineiam o universo discursivo, ou as formações discursivas em interação em um determinado contexto histórico-social, o campo discursivo, ou os domínios nos quais as formações discursivas se confrontam, situando regiões determinadas do universo discursivo, e o espaço discursivo, ou a zona na qual são relacionados subconjuntos de formações discursivas relacionadas. É sobre esse último, como propõe o autor, que o analista do discurso se detém, em torno do qual, orientado por seu propósito e fundamentado em sua memória histórica e na observação dos eventos e nas hipóteses por eles suscitadas, que delinea o mapa com o qual percorre o interdiscurso. É a partir desse enfoque que se propõe a “arquitetura” desta tese.

No capítulo 2 – **A mídia e a construção social da política** –, partindo-se de uma reflexão sobre o papel desse campo na construção social da realidade, analisam-se as estratégias de posicionamento dos veículos de comunicação nas eleições presidenciais brasileiras, desde a abertura política. Destaca-se, nessa análise, o resgate histórico do comportamento da mídia em relação ao campo político, de modo a situar, nessa intercessão entre mídia e política, o contexto histórico no qual se insere a arena discursiva de 2010. Esse recorte histórico permite visualizar as peculiaridades dos enunciados aqui estudados, compreendendo-os como instrumentos por meio dos quais o ativismo político da mídia se efetiva.

No capítulo 3 – **Reconstituindo a enunciação: cena englobante, cena genérica e cenografia** –, investiga-se a cena enunciativa configurada no espaço discursivo dos editoriais, o que se faz em três estratégias interconectadas: pelo resgate da cena englobante, relacionada à atuação da mídia nas eleições presidenciais de 2010, à luz dos acontecimentos da recente história da democracia brasileira, e pela intercessão entre esse campo e o campo político; pela análise da cena genérica, constituída através da utilização do editorial como instrumento de adesão explícita às candidaturas em disputa eleitoral no Brasil; e pela reconstituição da cenografia produzida por cada um dos enunciadores, de forma a validar suas posições. A análise das cenas da enunciação permite

asseverar que há, nesses discursos, uma estratégia de simulação da cena genérica em cenografia, oportunizada pelo manejo dos recursos genéricos do editorial, gênero emblemático do jornalismo.

O ethos discursivo, e sua inserção na cena enunciativa, é investigado no capítulo 4 – **Imagens em cena: a construção do ethos**. Nesse capítulo, descreve-se o ethos construído por cada um dos discursos, o que se faz pela análise das estratégias pelas quais os enunciadores buscam legitimar as imagens de si e, com isso, convocar seu destinatário a tomar lugar na cena enunciativa em que os discursos se instituem. Descrevem-se os modos pelos quais os enunciadores buscam a incorporação de suas imagens pelo destinatário, de modo a legitimar as posições defendidas. Para isso, o ethos projetado por cada um dos discursos é identificado como uma espécie de “fiador”, construído discursivamente, dotado de caráter e de corporalidade específicos, e identificado como agente do campo da mídia.

Finalmente, no capítulo 5 – **Arena de surdos: as facetas do polêmico**, investiga-se a inscrição de cada um desses dizeres no espaço de interincompreensão instaurado pela polêmica. Considerando-se que os enunciadores constroem seus discursos em função das regras específicas de sua formação discursiva, e que, pelo contexto polêmico em que se situam, esses discursos correspondem a posições opostas sobre um mesmo evento, objetiva-se compreender como se trava o “diálogo de surdos” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 100) da interincompreensão, ou como cada discurso “traduz” o discurso do Outro, como o interpreta a partir de uma grade semântica própria a sua própria formação discursiva.

Nas **Considerações Finais**, relatadas no capítulo 6, apresenta-se uma síntese dos resultados da investigação, com as principais estratégias discursivas formuladas por esses dois suportes de comunicação na construção de seus discursos e nas relações com o campo político. Nesse capítulo, propõe-se uma resposta à instigante questão que justifica a presente pesquisa: considerando-se o contexto brasileiro, até que ponto as fronteiras entre os campos jornalístico e político são preservadas ou subvertidas com a declaração explícita de apoio político a candidatos em disputa eleitoral no espaço editorial?

Apresenta-se, desse modo, na configuração do espaço discursivo da militância editorial, a chave para a compreensão do evento discursivo, que aqui se desdobra por meio da cenografia da qual o editorial se reveste. Nesse espaço de

interincompreensão construído nas intercessões com as quais se trama o interdiscurso, visualiza-se o espaço polêmico dessa arena política, continuamente alimentado e revigorado pelo debate eleitoral. A zona intercampos da militância editorial, como um espaço político, e não midiático, permite aos discursos, pelo manejo dos recursos genéricos do editorial, realizar uma espécie de panfletagem política.

A seguir, apresentam-se os dois enunciados investigados¹, cuja leitura deve facilitar a percepção da análise proposta. A inclusão de tais textos no corpo da tese justifica-se pela compreensão de que eles representam, na organização retórica deste relatório de pesquisa, elementos constitutivos, e não anexos. A leitura prévia desses textos favorece a compreensão do percurso analítico aqui proposto.

¹ Fontes: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/por-que-apoiamos-dilma/>>
<<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,editorial-o-mal-a-evitar,615255,0.htm>>

CartaCapital

Por que apoiamos Dilma

por Mino Carta — publicado 30/09/2010



CartaCapital desta semana estará nas bancas apenas na segunda-feira. Republicamos o editorial de Mino Carta, da edição 603, de julho, em que explicita a posição da revista nestas eleições. Foto: Celso Junior/AE

Guerrilheira, há quem diga, para definir Dilma Rousseff. Negativamente, está claro. A verdade factual é outra, talvez a jovem Dilma tenha pensado em pegar em armas, mas nunca chegou a tanto. A questão também é outra: CartaCapital respeita, louva e admira quem se opôs à ditadura e, portanto, enfrentou riscos vertiginosos, desde a censura e a prisão sem mandado, quando não o sequestro por janízaros à paisana, até a tortura e a morte.

O cidadão e a cidadã que se precipitam naquela definição da candidata de Lula ou não perdem a oportunidade de exibir sua ignorância da história do País, ou têm saudades da ditadura. Quem sabe estivessem na Marcha da Família, com Deus e pela Liberdade há 46 anos, ou apreciem organizar manifestação similar nos dias de hoje.

De todo modo, não é apenas por causa deste destemido passado de Dilma Rousseff que CartaCapital declara aqui e agora apoio à sua candidatura. Vale acentuar que neste mesmo espaço previmos a escolha do presidente da República ainda antes da sua reeleição, quando José Dirceu saiu da chefia da Casa Civil e a então ministra de Minas e Energia o substituiu.

E aqui, em ocasiões diversas, esclareceu-se o porquê da previsão: a competência, a seriedade, a personalidade e a lealdade a Lula daquela que viria a ser candidata. Essas inegáveis qualidades foram ainda mais evidentes na Casa Civil, onde os alcances do titular naturalmente se expandem.

E pesam sobre a decisão de CartaCapital. Em Dilma Rousseff enxergamos sem a necessidade de binóculo a continuidade de um governo vitorioso e do governante mais popular da história do Brasil. Com largos méritos, que em parte transcendem a nítida e decisiva identificação entre o presidente e seu povo. Ninguém como Lula soube valer-se das potencialidades gigantescas do País e vulgarizá-las com a retórica mais adequada, sem esquecer um suave toque de senso de humor sempre que as circunstâncias o permitissem.

Sem ter ofendido e perseguido os privilegiados, a despeito dos vaticínios de alguns entre eles, e da mídia praticamente em peso, quanto às consequências de um governo que profetizaram milenarista, Lula deixa a Presidência com o País a atingir índices de crescimento quase chineses e a diminuição do abismo que separa minoria de maioria. Dono de uma política exterior de todo independente e de um prestígio internacional sem precedentes. Neste final de mandato, vinga o talento de um estrategista político finíssimo. E a eleição caminha para o plebiscito que a oposição se achava em condições de evitar.

Escolha certa, precisa, calculada, a de Lula ao ungir Dilma e ao propor o confronto com o governo tucano que o precedeu e do qual José Serra se torna, queira ou não, o herdeiro. Carregar o PSDB é arrastar uma bola de ferro amarrada ao tornozelo, coisa de presidiário. Aí estão os tucanos, novos intérpretes do pensamento udenista. Seria ofender a inteligência e as evidências sustentar que o ex-governador paulista partilha daquelas ideias. Não se livra, porém, da condição de tucano e como tal teria de atuar. Enredado na trama espessa da herança, e da imposição do plebiscito, vive um momento de confusão, instável entre formas díspares e até conflitantes ao conduzir a campanha, de sorte a cometer erros grosseiros e a comprometer sua fama de “preparado”, como insiste em afirmar seu candidato a vice, Índio da Costa. E não é que sonhavam com Aécio...

Reconhecemos em Dilma Rousseff a candidatura mais qualificada e entendemos como injunção deste momento, em que oficialmente o confronto se abre, a clara definição da nossa preferência. Nada inventamos: é da praxe da mídia mais desenvolvida do mundo tomar partido na ocasião certa, sem implicar postura ideológica ou partidária. Nunca deixamos, dentro da nossa visão, de apontar as falhas do governo Lula. Na política ambiental. Na política econômica, no que diz respeito, entre outros aspectos, aos juro manobrados pelo Banco Central. Na política social, que poderia ter sido bem mais ousada.

E fomos muito críticos quando se fez passivamente a vontade do ministro Nelson Jobim e do então presidente do STF Gilmar Mendes, ao exonerar o diretor da Abin, Paulo Lacerda, demitido por ter ousado apoiar a Operação Satiagraha, ao que tudo indica já enterrada, a esta altura, a favor do banqueiro Daniel Dantas. E quando o mesmo Jobim se arvorou a porta-voz dos derradeiros saudosistas da ditadura e ganhou o beneplácito para confirmar a validade de uma Lei da Anistia que desrespeita os Direitos Humanos. E quando o então ministro da Justiça Tarso Genro aceitou a peroração de um grupelho de fanáticos do Apocalipse carentes de conhecimento histórico e deu início a um *affair* internacional desnecessário e amalucado, como o caso Battisti. Hoje apoiamos a candidatura de Dilma Rousseff com a mesma disposição com que o fizemos em 2002 e em 2006 a favor de Lula. Apesar das críticas ao governo que não hesitamos em formular desde então, não nos arrependemos por essas escolhas. Temos certeza de que não nos arreponderemos agora.



OPINIÃO

Notas & Informações

Editorial: O mal a evitar
25 de setembro de 2010

A acusação do presidente da República de que a Imprensa "se comporta como um partido político" é obviamente extensiva a este jornal. Lula, que tem o mau hábito de perder a compostura quando é contrariado, tem também todo o direito de não estar gostando da cobertura que o **Estado**, como quase todos os órgãos de imprensa, tem dado à escandalosa deterioração moral do governo que preside. E muito menos lhe serão agradáveis as opiniões sobre esse assunto diariamente manifestadas nesta página editorial. Mas ele está enganado. Há uma enorme diferença entre "se comportar como um partido político" e tomar partido numa disputa eleitoral em que estão em jogo valores essenciais ao aprimoramento se não à própria sobrevivência da democracia neste país.

Com todo o peso da responsabilidade à qual nunca se subtraiu em 135 anos de lutas, o **Estado** apoia a candidatura de José Serra à Presidência da República, e não apenas pelos méritos do candidato, por seu currículo exemplar de homem público e pelo que ele pode representar para a recondução do País ao desenvolvimento econômico e social pautado por valores éticos. O apoio deve-se também à convicção de que o candidato Serra é o que tem melhor possibilidade de evitar um grande mal para o País.

Efetivamente, não bastasse o embuste do "nunca antes", agora o dono do PT passou a investir pesado na empulhação de que a Imprensa denuncia a corrupção que degrada seu governo por motivos partidários. O presidente Lula tem, como se vê, outro mau hábito: julgar os outros por si. Quem age em função de interesse partidário é quem se transformou de presidente de todos os brasileiros em chefe de uma facção que tanto mais sectária se torna quanto mais se apaixona pelo poder. É quem é o responsável pela invenção de uma candidata para representá-lo no pleito presidencial e, se eleita, segurar o lugar do chefão e garantir o bem-estar da companheirada. É sobre essa perspectiva tão grave e ameaçadora que os eleitores precisam refletir. O que estará em jogo, no dia 3 de outubro, não é apenas a continuidade de um projeto de crescimento econômico com a distribuição de dividendos sociais. Isso todos os candidatos prometem e têm condições de fazer. O

que o eleitor decidirá de mais importante é se deixará a máquina do Estado nas mãos de quem trata o governo e o seu partido como se fossem uma coisa só, submetendo o interesse coletivo aos interesses de sua facção.

Não precisava ser assim. Luiz Inácio Lula da Silva está chegando ao final de seus dois mandatos com níveis de popularidade sem precedentes, alavancados por realizações das quais ele e todos os brasileiros podem se orgulhar, tanto no prosseguimento e aceleração da ingente tarefa - iniciada nos governos de Itamar Franco e Fernando Henrique - de promover o desenvolvimento econômico quanto na ampliação dos programas que têm permitido a incorporação de milhões de brasileiros a condições materiais de vida minimamente compatíveis com as exigências da dignidade humana. Sob esses aspectos o Brasil evoluiu e é hoje, sem sombra de dúvida, um país melhor. Mas essa é uma obra incompleta. Pior, uma construção que se desenvolveu paralelamente a tentativas quase sempre bem-sucedidas de desconstrução de um edifício institucional democrático historicamente frágil no Brasil, mas indispensável para a consolidação, em qualquer parte, de qualquer processo de desenvolvimento de que o homem seja sujeito e não mero objeto.

Se a política é a arte de aliar meios a fins, Lula e seu entorno primam pela escolha dos piores meios para atingir seu fim precípua: manter-se no poder. Para isso vale tudo: alianças espúrias, corrupção dos agentes políticos, tráfico de influência, mistificação e, inclusive, o solapamento das instituições sobre as quais repousa a democracia - a começar pelo Congresso. E o que dizer da postura nada edificante de um chefe de Estado que despreza a liturgia que sua investidura exige e se entrega descontroladamente ao desmando e à autoglorificação? Este é o "cara". Esta é a mentalidade que hipnotiza os brasileiros. Este é o grande mau exemplo que permite a qualquer um se perguntar: "Se ele pode ignorar as instituições e atropelar as leis, por que não eu?" Este é o mal a evitar.

Texto publicado na seção "Notas e Informações" da edição de 26/09/2010

2 A MÍDIA E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA POLÍTICA

A participação cada vez mais efetiva da mídia no mundo social contemporâneo permite ao campo jornalístico constituir-se como um espaço privilegiado de visibilidade daquilo que os indivíduos entendem como realidade, um lugar central onde fatos e informações são disponibilizados e ganham o caráter de verdadeiro. Essa centralidade da mídia, e especificamente do jornalismo, é um ponto consensual nos estudos sobre o papel desse campo na sociedade. É convergente também a compreensão de que a mídia exerce – em graus variáveis, de acordo com a abordagem – alguma influência sobre o comportamento social dos indivíduos e das comunidades.

2.1 A mídia como lugar de referência na construção da realidade social

Recentemente, fundamentado no construtivismo social e na fenomenologia, um espaço de pesquisa tem se constituído como referência para os estudos sobre a mídia. Esses estudos ancoram-se na ideia de que os indivíduos, nas trocas dialógicas do cotidiano, constroem a realidade, por meio de tipificações com as quais produzem modelos de ação, que são, por outro lado, usados para orientar a ação da coletividade. Nessa perspectiva, a mídia aparece como lugar central de objetivação da realidade, e não como mero espaço de veiculação ou manipulação do real.

Corcuff (2001) denomina de novas sociologias o conjunto de trabalhos cujo ponto comum reside na formulação de um espaço de questões e de problemas a partir da apreensão da realidade social como construída, e não dada *a priori*. Consoante Crespi e Fornari (2000), a relação entre realidade e conhecimento deixa de ser entendida apenas como o intercâmbio entre dois âmbitos distintos que se influenciam mutuamente. Tal relação passa a ser compreendida como um processo em que, desde o início, estão intimamente conectados elementos cognitivos e agir prático.

A perspectiva construtivista é iniciada, segundo Crespi e Fornari (2000), pelo interacionismo simbólico de George Mead e pela teoria social de Alfred Schutz, à luz da fenomenologia de Edmund Husserl. O construtivismo social, como é chamado, procura, segundo Corcuff (2001), ultrapassar a abordagem clássica das ciências sociais, ancoradas em modos de pensamentos binários a respeito dos fenômenos sociais (material/ideal, objetivo/subjetivo, coletivo/individual), repensando aspectos historicamente apreendidos como antagônicos.

No que tange à dualidade clássica coletivo/individual, o autor destaca o pensamento de Durkheim, para quem o coletivo, ou social, encontra-se na base da própria definição de sociologia. O coletivo, para esse autor, constitui uma entidade específica, capaz de impor ao indivíduo maneiras de agir e de pensar, exercendo sobre ele, ao mesmo tempo, uma espécie de constrangimento exterior e um domínio de validade que ultrapassam as consciências individuais. Embora relacionado a uma postura objetivista, por buscar a realidade objetiva dos fatos sociais, como pontua Corcuff (2001), Durkheim apresenta em sua obra traços de orientação construtivistas, ao explorar processos de objetivação e de solidificação da realidade.

Para Durkheim (2003), o pensamento lógico torna-se possível a partir do momento em que o homem concebe um universo de ideais estáveis. Esse autor defende que o pensamento lógico, portanto, é considerado verdade, por trazer em si a marca da impessoalidade e da estabilidade. Desse modo, os conceitos, que compõem a matéria do pensamento lógico – e que se caracterizam por serem relativamente estáveis, universalizáveis e essencialmente impessoais – são verdadeiros porque são frutos de uma representação coletiva e, por outro lado, tendem a se tornar coletivos por serem verdadeiros.

Assim, as representações coletivas, por expressarem os valores da universalidade, da impessoalidade e da estabilidade, constituem a realidade, que se manifesta não como algo dado, originado fora da lógica humana, mas como um construto social, originado na entidade coletiva. Daí se compreende porque, para Durkheim (2003), tudo na vida social repousa na opinião, inclusive a ciência. Essa posição, no entanto, só pode ser compreendida se o conceito de opinião for considerado, tendo em vista o universo de representações coletivas, não podendo ser referido ao juízo individual de valor.

Em um movimento oposto à proposta de Durkheim, inscreve-se o individualismo metodológico, que, conforme Corcuff (2001), tem como objetivo

reconstituir as motivações individuais para explicar os fenômenos sociais. O coletivo, nessa perspectiva, aparece como simples resultado das atividades individuais. Essa abordagem, apesar de considerar a atuação dos indivíduos para o funcionamento do todo coletivo, é criticada por manter o foco em um dos aspectos da realidade, ignorando as forças que intervêm nas relações entre as partes e o todo.

As problemáticas construtivistas, por sua vez, propõem um deslocamento do objeto da sociologia:

Nem a sociedade nem os indivíduos, encarados como entidades separadas, mas as *relações entre indivíduos (no sentido amplo, e não somente as interações de face a face)*, bem como os *universos objetivados que elas fabricam e que lhes servem de suportes, enquanto eles são constitutivos ao mesmo tempo dos indivíduos e dos fenômenos sociais* (CORCUFF, 2001, p. 24, grifo do autor).

Aspecto importante da problemática construtivista é a historicidade, que envolve não apenas a influência de pré-construções passadas na construção do mundo social, mas que inclui sua apropriação e transformação nas práticas cotidianas e nas interações de toda natureza. Além disso, esses aspectos do passado e do cotidiano presente projetam-se em um campo de possibilidades no futuro. As realidades sociais, nesse movimento histórico, ao tempo em que são exteriorizadas e se materializam em mundos objetivados por meio de palavras, objetos e instituições, por exemplo, sendo continuamente modificadas e recriadas, são também interiorizadas, inscrevendo-se em mundos subjetivos através de representações formuladas por diferentes modos de aprendizado e socialização. Esse duplo processo, como lembra Corcuff (2001), é o que Jean-Paul Sartre sistematizou como movimento de interiorização do exterior e de exteriorização do interior, baseado na filosofia dialética de Hegel.

O que se convencionou chamar de construtivismo fenomenológico, mais especificamente, engloba os esforços teóricos empreendidos no sentido de buscar, nas interações entre os indivíduos nas trocas cotidianas, os elementos que compõem a realidade social, compreendendo que essa realidade é fruto de uma produção social, e não um dado prévio e anterior à ação humana, independente da intervenção dos indivíduos ou do coletivo social.

Com sua fenomenologia da atitude natural, Alfred Schutz buscou propor uma fundamentação racional da vida cotidiana, por meio de um exame de suas múltiplas

tipificações, como pontua Natanson (2003). O mundo do sentido comum, para Schutz (2003), representa a essência da ação social. É o mundo intersubjetivo fundamentado na crença implícita de que o mundo existe, que tem um passado histórico e se projeta para o futuro, e cuja realidade é dada ao homem de maneira organizada, sob formas histórica e culturalmente validadas.

Na explicação de Berger e Luckmann:

A realidade social da vida cotidiana é, portanto, apreendida num contínuo de tipificações, que se vão tornando progressivamente anônimas à medida que se distanciam do “aqui e agora” da situação face a face. [...] A estrutura social é a soma dessas tipificações e dos padrões recorrentes de interação estabelecidos por meio delas (1985, p.52).

Um aspecto central da teoria de Schutz é a chamada *epojé* da atitude natural (NATANSON, 2003). Semelhante ao conceito filosófico de *epojé* fenomenológica, que consiste na necessária suspensão da crença na realidade do mundo para a superação da atitude natural por parte do fenomenólogo, a *epojé* da atitude natural é, ao contrário, a suspensão da dúvida – e não da crença – do homem comum sobre a existência do mundo exterior, sobre os arranjos que ele engendra no cotidiano. Tal *epojé*, embora não se manifeste de modo consciente, é o que torna possível a verdade aparente do mundo natural. A suspensão da dúvida sobre a verdade do mundo natural permite ao indivíduo participar da vida social com uma espécie de segurança que o motiva a agir e cujo fundamento está nas tipificações que ele apreende ao longo de sua formação.

Berger e Luckmann esclarecem que o homem experimenta a vida cotidiana no estado de total vigília, que constitui sua atitude natural. Como acrescentam, a realidade:

Está simplesmente aí, como facticidade evidente por si mesma e compulsória. Sei que é real. Embora seja capaz de emprenhar-me em dúvida a respeito da realidade dela, sou obrigado a suspender esta dúvida ao existir rotineiramente na vida cotidiana. Esta suspensão da dúvida é tão firme que para abandoná-la, como poderia desejar fazer, por exemplo, na contemplação teórica ou religiosa, tenho de realizar uma extrema transição (1985, p. 40-41).

Para os autores, é pela linguagem que os indivíduos têm acesso continuamente às objetivações necessárias para dar sentido ao mundo, sem que

precise questioná-lo continuamente. É a linguagem, na interação face a face, que torna possível a contínua objetivação das experiências individuais, ao mesmo tempo em que permite a tipificação das experiências individuais. Schutz (2003) denomina de situação biográfica o modo particular como cada pessoa se situa em relação à realidade do sentido comum. A situação biográfica corresponde à totalidade da experiência de um indivíduo no decorrer de sua existência individual, como explica Natanson (2003). Desse modo, embora as tipificações, por meio das quais o indivíduo apreende a realidade e se orienta nela, sejam um reflexo relativamente estável da compreensão que o grupo de indivíduos tem da realidade, cada um deles se expressa, em suas atitudes diárias, de modo particular, de acordo com a experiência e os conhecimentos que formula ao longo de sua existência.

Aspectos dessa situação biográfica manifestos nas trocas interativas do cotidiano podem, por outro lado, originar tipificações. Assim, num processo de influência mútua, as tipificações originam padrões de comportamento nos indivíduos e são, ao mesmo tempo, resultantes de condutas individuais sócio-historicamente validadas. Mas isso só é possível pelo caráter intersubjetivo da vida do sentido comum, experimentada na simultaneidade da experiência dialógica, na qual o indivíduo, ao mesmo tempo em que vivencia sua experiência, capta a subjetividade do outro. É no meio social, portanto, que comportamentos e crenças individuais são legitimados e, ao mesmo tempo, cristalizam-se como padrões e referências para condutas e posicionamentos dos outros indivíduos.

No mundo contemporâneo, a mídia assume lugar privilegiado na criação e na divulgação de comportamentos e crenças tipificados. Os meios de comunicação, ancorados essencialmente em práticas de linguagem, oferecem inúmeras possibilidades de interação, que permitem acelerar continuamente as trocas discursivas entre os indivíduos, o que os coloca como lugar central de objetivação da realidade e de produção e disseminação do conhecimento. É inquestionável a presença cada vez mais efetiva desses meios no mundo atual. Alavancada pelo desenvolvimento acelerado e progressivo de novas tecnologias, a mídia assume, em grande medida, a responsabilidade de, junto com outras instituições sociais, construir e legitimar as referências do que se considera a realidade na vida social cotidiana.

Como assinala Mayo (2004), à luz do construtivismo fenomenológico, a realidade, como os indivíduos a denominam, é produzida cada vez de forma

massiva e cotidianamente na esfera dos meios de comunicação, especialmente na televisão. Essa realidade, como advoga o autor, objetiva-se institucionalmente por meio da prática diária de representação dos acontecimentos, de acordo com um mecanismo de legitimação e de práticas como as tipificações e as rotinas.

As investigações teóricas sobre esse fenômeno orientam-se, no âmbito da teoria da construção social, por duas posições tradicionalmente consagradas: a primeira considera a mídia como variável dependente do sistema político e social; a segunda a concebe como instituição dominante da sociedade, à qual outras instituições devem se sujeitar (VILCHES,1996; WOLF, 1994). No entanto, uma terceira posição se inscreve nos estudos sobre o comportamento da mídia na construção da realidade social, como acrescentam esses autores. Essa posição defende a ideia de que há uma adaptação recíproca entre a mídia e as demais instituições sociais em interação, o que cria um intercâmbio simbólico de compensação recíproca, cujo centro da observação é o contexto social e interpessoal.

Como argumenta Wolf (1994), uma abordagem adequadamente articulada da complexidade do papel desempenhado pela mídia na construção social da realidade não pode se centrar somente no público, nem somente nos conteúdos produzidos nos meios de comunicação. Outros aspectos relativos aos processos de representação da realidade social no âmbito midiático devem ser considerados, como o fato de que os conhecimentos veiculados pelos meios não são apresentados como partes de representações possíveis da realidade, e tais generalizações acabam sendo utilizadas como referência para orientar os indivíduos em suas posições e nas interações com os outros no cotidiano. Além disso, como pondera o autor, as representações difundidas na mídia avocam implicitamente uma conotação de objeto de conhecimento comum, veiculando a ideia de que representam um horizonte comum de referência, o que dá a essas representações um peso adicional, atribuindo-lhes o potencial de tipificar atitudes e comportamentos.

Algumas ideias, por exemplo, foram consagradas no imaginário coletivo a partir de generalizações produzidas e disseminadas no espaço midiático, de forma planejada ou não, como a imagem de corrupto associada à classe política, ou a impressão de que as ações do judiciário são sempre corretas e inquestionáveis, ou mesmo a ideia de que os meios de comunicação são neutros e estão sempre vigilantes das ações políticas e jurídicas. Além disso, conceitos e preconceitos são

continuamente reconhecidos como verdades inquestionáveis por sua reprodução sistemática nesses espaços. Esses processos de construção originam tipificações que se incrustam no inconsciente coletivo. Mas eles são também reflexos daquilo que circula no imaginário social. É sobre essas questões, e com novas perspectivas, que as novas sociologias têm expandido seu olhar.

O que se percebe em tais abordagens é um alargamento das reflexões teóricas sobre o tema. Busca-se, nessa perspectiva, analisar a questão não apenas pelo enfoque individual ou pelo aspecto coletivo, tampouco pela observação da mídia como um sujeito institucional autônomo, ou ainda como totalmente dependente das outras instituições sociais e políticas. Procura-se, além disso, superar a compreensão do fenômeno simplesmente à luz do poder de manipulação de mentes supostamente ingênuas dos receptores, ou, em via oposta, de sujeitos autônomos e conscientes, que compõem as audiências. De fato, essa proposta sugere, sem descartar nenhum aspecto da questão, que se pense na mídia a partir das representações simbólicas que ela produz e de como essas representações compõem aquilo que os indivíduos compreendem como realidade, considerando que esse processo envolve aspectos contextuais sem os quais não se pode analisá-lo de forma adequada.

Vizeu e Correia (2008) argumentam que a mídia, especificamente o jornalismo, representa um lugar de referência para os brasileiros, do mesmo modo que a família, a escola e a religião, por exemplo. De fato, a mídia representa para a sociedade brasileira, hoje, um lugar central de construção do real e de organização do mundo. A notícia, nesse contexto, é apresentada pelos autores, à luz de Bourdieu, como constituinte e constituída pela realidade. Como resultado de um processo de construção social, a notícia constitui a própria realidade, ao mesmo tempo em que, como uma espécie de cristalização do real, oferece para os indivíduos uma amostra do real, com a qual constituem um lugar de estabilidade diante da complexidade do cotidiano.

É principalmente no campo da mídia, portanto, que o indivíduo reconhece um espaço de estabilidade com o qual pode construir as referências necessárias para orientar suas ações no mundo e, ao mesmo tempo, legitimá-las. A *epoché* fenomenológica de Schutz (2003), ou seja, a suspensão da dúvida sobre o real – que faz o indivíduo comum agir como se não pudesse morrer, ser demitido, falir ou ser vítima e uma tragédia a qualquer momento, por exemplo –, realiza-se, efetivamente,

na mídia, em todas as suas formas de atuação. E, com a ampliação de acesso às mídias sociais, e a consequente potencialização das interações entre os indivíduos, essas referências sobre a realidade e as atitudes necessárias para lidar com elas são cada vez mais socializadas.

O reconhecimento da mídia como lugar de referência, ao mesmo tempo em que possibilita certa ordem no comportamento social dos indivíduos, garantindo a estabilidade e o funcionamento das instituições e da vida social, pode criar certa impressão de que não há dúvidas no discurso midiático, de que o real realmente se faz representar nos veículos de comunicação. Assim como o campo científico, o campo midiático cristaliza supostas verdades tipificadas como irrefutáveis e que, conseqüentemente, tipificam condutas. Desse modo, é quase impossível separar o que seria versão, opinião ou ponto de vista do agente da mídia, ou mesmo da instituição, no caso do editorial, daquilo que seria informação sobre a realidade.

2.2 A centralidade da mídia brasileira na construção da política

No caso brasileiro, aspecto bastante relevante é a vinculação dos grandes conglomerados de mídia a grupos familiares da elite do país. Conforme descreve Miguel:

O padrão de propriedade familiar se repete nos grupos de meios impressos, dos quais o mais importante é o Grupo Abril, da família Civita, que edita revistas líderes de vendagem, como *Caras* (focofocas), *Nova* (feminina), *Veja* (informação) e a *Playboy* brasileira. O grupo vem, há tempos, envidando esforços no sentido de penetrar também no campo dos meios eletrônicos. É proprietário da segunda maior operadora de TV por assinatura do país (Sistema TV Filme/TVA/DirecTV) e possui uma emissora de sinal aberto (a MTV brasileira). Em parceria com outra importante empresa de mídia impressa, o grupo Folhas, da família Frias (que edita o principal jornal brasileiro, a *Folha de São Paulo*, e vários outros diários), a Abril administra o maior provedor brasileiro de acesso à Internet. O grupo Folhas, por outro lado, está ligado à Rede Globo, com quem divide a propriedade do *Valor Econômico*, um jornal diário de economia (2002, p. 32).

Essa ligação, mais do que um laço puramente econômico, sinaliza uma vinculação política. Considerando o processo político-eleitoral brasileiro das últimas décadas, com a volta do regime democrático, é possível perceber o protagonismo dos grandes veículos de comunicação do país no desfecho das eleições presidenciais. Esse fato é favorecido não somente pelo monopólio dos meios de comunicação por grupos familiares representantes da elite econômica brasileira, como também pela cultura brasileira da segunda metade do século XX, marcada por altos índices de analfabetismo, fraco desenvolvimento tecnológico industrial, dependência político-econômica das grandes potências mundiais e imensas desigualdades sociais e regionais, dentre outros fatores, que influem decisivamente para o papel de destaque da mídia como agente político. Essa relação visceral entre mídia e política tem sido amplamente estudada.

Lima (2006), por exemplo, identifica sete teses sobre mídia e política no Brasil. A primeira relaciona-se à posição de centralidade da mídia nas sociedades contemporâneas, nos mais variados campos, especialmente em relação à esfera política. A segunda defende que a política nacional brasileira não existe sem a mídia, uma vez que somente esta tem o poder de determinar o que é público no mundo atual. A terceira tese refere-se ao exercício, pela mídia, de funções tradicionais dos partidos políticos, como construção de agenda pública, produção e disseminação de informações políticas, fiscalização dos governos, críticas às políticas públicas implementadas e veiculação das demandas da população, dentre outras.

A quarta tese defendida pelo autor é de que a mídia modificou profundamente as campanhas eleitorais, de forma que os eventos políticos passaram a ser programados como eventos midiáticos. Em quinto lugar, é identificada a tese de que a mídia transformou-se em importante ator político, com interferência direta no processo eleitoral, relacionando-se diretamente com partidos e até mesmo com esferas institucionais. A sexta tese sugere que, no Brasil, o poder da mídia assume proporções maiores do que em outros sistemas políticos, graças a especificidades históricas que a caracterizam como “um sistema de mídia concentrado, liderado pela televisão e, em boa parte, controlado por grupos familiares vinculados às elites políticas regionais e locais” (LIMA, 2006, p. 61). Esse poder da mídia brasileira é, de acordo com a sétima tese, potencializado pelas

características da população, cuja grande maioria não domina a leitura e a escrita e convive com as imagens da TV como meio de informação e entretenimento, como argumenta o autor.

Mesmo com a ampliação significativa dos níveis de escolaridade da população e com a expansão do acesso às mídias digitais, as teses defendidas pelo autor continuam a explicar de forma inequívoca a posição estratégica da mídia na construção do campo político brasileiro. A mídia não pode, portanto, ser compreendida simplesmente como um arquétipo do neoliberalismo cultural dominante no mundo, tendo em vista sua organização e funcionamento – centrada no monopólio, na concentração de renda e de poder e na manutenção das desigualdades de acesso a bens culturais. É importante compreender seu funcionamento como parte inerente ao neoliberalismo político-econômico que impera no mundo.

A mídia, enquanto campo, não se constitui somente como reflexo do sistema, ou mesmo como instrumento de operação desse sistema. Ela é parte constitutiva do sistema político e, ao mesmo tempo em que incorpora suas forças e suas contradições, organiza-se no sentido de legitimá-lo para o conjunto da sociedade, construindo, inclusive, junto com outros campos, aquilo que se pode compreender como realidade. Debord (1997) descreve o mundo contemporâneo como a sociedade do espetáculo, onde o processo eleitoral, e mesmo as relações políticas, são cada vez mais midiaticizados, com base na mercantilização excessiva e no fetichismo generalizado. A mídia, nessa sociedade, aparece, ao mesmo tempo, como produtor, suporte e veículo, produzindo e “vendendo” imagens, projetos e discursos e, ao mesmo tempo, apresentando-se como uma espécie de consciência coletiva.

No caso da recente história da democracia brasileira, vários estudos, sobretudo no campo da comunicação social, revelam a participação decisiva dos principais grupos de mídia do Brasil – e em especial do Sistema Globo de Televisão, concessionário da maior rede de televisão aberta do país – no desfecho dos processos eleitorais. A participação da Globo é decisiva, ainda no período de transição, com a eleição indireta do Presidente Tancredo Neves, cujo vice – o maranhense José Sarney, ex-presidente da Aliança Renovadora Nacional (ARENA),

partido de sustentação do regime militar – assume a presidência, por morte do titular, antes mesmo de tomar posse.

A adesão, ainda que de última hora, à campanha pelas eleições diretas, e, após a derrota desse projeto, a divulgação massiva da campanha de Tancredo pela eleição indireta, permite à Globo, de acordo com Soares (1994, p. 120-121), “consolidar sua nova imagem pública, apagando o seu passado de braço ideológico do autoritarismo militar. Era uma nova Globo que emergia daquele processo, uma Globo virginal, pronta para ser a porta-voz da Nova República”. A cobertura da doença e da morte do presidente eleito indiretamente ajuda a consagrar essa nova imagem da rede Globo e dos principais veículos de comunicação.

Durante todo o governo Sarney – cujo ministro das comunicações é Antônio Carlos Magalhães, aliado do presidente das Organizações Globo, Roberto Marinho – , a atuação dos grupos de mídia do Brasil é imperativa para a aprovação popular de três planos econômicos, que incluem, dentre suas medidas, troca de moeda e congelamento de preços e de salários. A principal moeda de troca é justamente a concessão de emissoras de rádio para políticos, com vistas à aprovação de propostas do governo. Sarney consegue ainda a ampliação de seu mandato para cinco anos, terminando em 1990, quando toma posse Fernando Collor de Mello, alçado ao cargo nas primeiras eleições diretas após o regime militar.

A atuação da rede Globo e dos principais grupos de mídia no Brasil é também decisiva para o resultado das eleições de 1989, quando o Brasil volta às urnas, depois de quase 30 anos, para eleger o Presidente da República. Esse período é emblemático, principalmente, porque introduz o debate político-eleitoral numa nova praça pública, construída no espaço midiático, composto de uma rede de veículos e de suportes. Há verdadeira interconexão entre os principais veículos de comunicação no processo de agendamento e na repercussão de matérias, com vistas a alavancar a candidatura do “Caçador de Marajás”, como ficou conhecido o presidente eleito, após reportagem de capa da revista **Veja** da edição de 23/3/1988. Na reportagem, destaca-se a consagração do então governador do estado de Alagoas como espécie de algoz de cerca de 300 funcionários públicos estaduais, cujos salários representavam quase 40% da folha de pagamento.

De acordo com Miguel (2002), o apoio da mídia não somente viabiliza o aparecimento de Collor, apresentando-o como alternativa dentro do campo conservador, mas mantém sua campanha. Para esse autor, “Collor foi uma espécie

de ‘prova viva’ da midiaticização da política no Brasil redemocratizado” (p. 40). Com um discurso de moralização do serviço público e de renovação da política, com franca oposição ao governo Sarney, a imagem do Caçador de Marajás rompe as barreiras do cenário nordestino para integrar a cena político-eleitoral. Mas, como analisa Fausto Neto (1994), da mesma forma que é alçado ao pódio do poder midiático, Collor é destituído. Como atesta o autor, “o discurso que o construiu o destituiu” (p. 188).

Assim como a mídia brasileira age na divulgação da imagem de modernização e moralidade do candidato Collor, é implacável na construção do *impeachment* do presidente, após pouco mais de dois anos de um governo marcado por medidas econômicas desastrosas, como o bloqueio de conta corrente e poupança, além de privatizações e uma recessão alarmante. Mas são os escândalos políticos, com as denúncias de tráfico de influência e de desvio do dinheiro público, que dão o mote para a mobilização da juventude, liderada pelo movimento estudantil e pelo movimento sindical, e continuamente convocada à participação nos principais veículos de comunicação, no movimento dos chamados “Caras Pintadas”.

Em menos de dois anos de governo, Itamar Franco, o vice de Collor, alcança grande popularidade, com a implantação do Plano Real, editado pelo ministro da Fazenda, Fernando Henrique Cardoso (FHC), que virá a ser seu sucessor. As eleições de 1994 repetem a tendência do pleito anterior, com vitória de FHC, candidato pelo Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB). Nem mesmo a declaração de favorecimento à candidatura governista pelo então Ministro da Fazenda, Rubens Ricúpero – em conversa informal nos bastidores de uma entrevista, na Rede Globo, vazada, por uma falha técnica, para telespectadores conectados por antenas parabólica – é capaz de abalar a eleição de FHC. No conhecido episódio da Antena Parabólica, Ricúpero admite pautar as ações do Ministério de modo a favorecer a eleição do aliado.

O Caso Ricúpero é analisado pelo sociólogo alemão Niklas Luhmann (2005) como emblemático daquilo que caracteriza como colapsos ocasionais, isto é, o oferecimento de provas de manipulação fornecidas pelas próprias mídias. Para esse autor, esses fenômenos ocorrem quando a realidade se constrói seletivamente, numa extensão muito grande, e de forma bem sucedida. A suspeita de manipulação, nesses casos, embora seja sempre latente, permanece vaga, enquanto provas consistentes não são apresentadas pelos próprios meios de comunicação. Ocorre

que, no caso em questão, o colapso ocasional não é capaz de abalar o resultado eleitoral.

Como salienta Miguel (2002), o pequeno impacto do incidente deve-se, em parte, ao fato de a Rede Globo ter “esterilizado” o fato de seu noticiário. Fernando Henrique Cardoso é eleito em 1994 e reeleito em 1998, quando, numa campanha surpreendente, a mídia, especialmente a Rede Globo, promove uma espécie de esvaziamento da cobertura eleitoral, pautando a política principalmente por temas relacionados ao governo, o que, mais uma vez, favorece FHC. Nessas eleições, para Kucinski (1998, p. 134), “a mídia se aliou com o candidato oficial não de modo voluntarista ou acidental, mas como um todo.” Sobre essas eleições, Rubim argumenta:

Os critérios de noticiabilidade, que devem reger a produção do conhecimento jornalístico da atualidade, submergiram de modo pleno, naquele ano, aos interesses políticos das grandes empresas de comunicação, todas elas partidárias da reeleição de Fernando Henrique Cardoso. A convergência entre a estratégia governamental e o posicionamento da mídia foi flagrante em 1998. O governo buscou suprimir o caráter de disputa eleitoral, ao retirá-la, na medida do possível, da dimensão pública da sociedade, inclusive através da legislação eleitoral, que encurtou o horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão para 45 dias. A mídia conivente “esqueceu” a cobertura das eleições, inclusive com a supressão da agenda dos candidatos nos noticiários jornalísticos, dentre eles o *Jornal Nacional*. A manifesta convergência de estratégias denuncia de modo gritante a formação de um bloco político-midiático quase monolítico congregando a candidatura FHC e a mídia em 1998, com graves prejuízos para o desenvolvimento da competição eleitoral, da democracia e da cultura democrática no país (2004, p. 9).

Na eleição de Lula, em 2002, no entanto, o comportamento da mídia muda drasticamente. Como salienta Rubim (2004), a mídia transita, de 1998 a 2002, do silenciamento à superexposição, com a cobertura massiva do processo eleitoral, inclusive com o retorno dos debates entre candidatos, banidos nas duas eleições anteriores, segundo ele, pela recusa do candidato Fernando Henrique Cardoso em comparecer aos debates, com a conivência da mídia. Como acrescenta o autor, em 2002, “a mídia não só deu visibilidade às eleições presidenciais, mas exaltou, inúmeras vezes e através dos mais variados veículos, esta visibilidade como afirmação do exercício exemplar de seu papel social e, muitas vezes, de sua imparcialidade” (RUBIM, 2004, p. 12)

De fato, como esclarece o autor, a visibilidade do processo eleitoral construída pela mídia, em 2002, tem um estatuto próprio. Essas eleições não somente aparecem como as mais visíveis de todos os tempos, do ponto de vista midiático, até então, como inauguram uma estratégia completamente diferente do que ocorrera em 1989, por exemplo, com a interferência direta na eleição de Collor. Como defende o autor:

A mídia pareceu funcionar com base na máxima de que cabe a ela colocar todos os candidatos na parede, demonstrando “isenção” e “criticidade”, confundidas com objetividade, com relação a todas as candidaturas. Tudo e todos são, em princípio, suspeitos, a começar pela própria atividade política. A dimensão propositiva, quase inerente a apresentação de candidaturas, foi quase sempre desconhecida ou, quando anotada, muitas vezes desqualificada como apenas mais uma promessa de campanha (RUBIM, 2004, p. 17)

O caráter inovador da cobertura das eleições está justamente na estratégia adotada. Analisando a visibilidade na chamada Idade Mídia, Rubim (2004) identifica dois movimentos pelos quais a luta político-midiática se desdobra no mundo contemporâneo. O primeiro movimento orienta-se pelo propósito de assegurar existência pública – e afirmação pública – aos atores políticos, promovendo a necessária junção de espaços geográficos e midiáticos nas sociedades complexas. O segundo movimento reflete a disputa pela hegemonia na interpretação do real, que se dá em consonância com uma corrente político-ideológica. Esses dois movimentos encontram-se imbricados e ocorrem frequentemente de forma simultânea. Assim, a condição de visibilidade na esfera pública contemporânea envolve não somente a exibição e a legitimação da imagem do ator político, como a demonstração da superioridade político-ideológica de sua matriz de interpretação da realidade, nos espaços midiáticos.

É justamente a ausência desse segundo movimento que caracteriza a estratégia de visibilidade dessa disputa eleitoral. Tal indiferença em relação ao caráter propositivo das candidaturas, também construída por meio das estratégias de campanha dos candidatos, permite que a visibilidade, na campanha de 2002, possa centrar-se apenas na legitimação da imagem pública dos atores políticos, em detrimento do debate ideológico das propostas governamentais. Assim, o discurso da competência técnica e administrativa de José Serra confronta-se com o caráter

negociador de Lula, num embate em que as propostas administrativas ficam em segundo plano, como argumenta Rubim (2004).

Essa espécie de neutralização das diferenças ideológicas, principalmente em relação à condução da política econômica, parece contribuir para uma participação menos desigual do ponto de vista da legitimidade dos atores em disputa. Nesse contexto, a divulgação da “Carta ao povo brasileiro”, na qual Lula, com apoio de 43 entidades e movimentos populares e sociais, “tranquiliza” o mercado e o sistema financeiro, comprometendo-se a manter a estabilidade política do governo, é emblemática. Para Aldé, Mendes e Figueiredo (2006), “pode-se dizer que, assim que a campanha de Lula aderiu ao *establishment*, a mídia lhe abriu um canal favorável” (p.79). A vitória inevitável de Lula em 2002, desse modo, parece não representar ainda uma ruptura com o projeto hegemônico da mídia brasileira.

Essa tendência, entretanto, não se mantém em 2006. Mesmo com a estabilidade econômica e o sucesso dos programas sociais do governo, a mídia se posiciona claramente contrária à reeleição do presidente Lula, o que se verifica pelos estudos empreendidos pelo Observatório Brasileiro de Mídia (OBM²) e pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública do Instituto Universitário de Pesquisas e Estudos do Rio de Janeiro (IUPERJ³), dentre outros, bem como nos registros de pesquisas empreendidas por diversos estudiosos, como Lima (2007).

Do ponto de vista discursivo, a cobertura das eleições de 2006 apresenta uma tendência bastante evidente na mídia impressa, caracterizada pelo aspecto eminentemente opinativo da abordagem dos fatos. Como salienta Jakobsen (2007, p. 63), “a opinião dos jornais e revistas ‘contaminou’ a cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2006, contrariando os princípios básicos do equilíbrio e da isenção norteadores do papel da mídia nas democracias”. Para o autor, há claro desequilíbrio no tratamento das candidaturas presidenciais, com visível desvantagem para a candidatura petista, o que não impede a reeleição.

A vitória de Lula em 2006 contraria, portanto, a lógica dominante na realidade eleitoral brasileira, historicamente ajustada aos interesses dos grandes grupos de comunicação do país. O que se verifica é um fenômeno, no mínimo,

² <<http://www.observatoriodemidia.org.br>> Acesso em : 23 de abr. 2012.

³ <<http://www.doxa.iuperj.br>> Acesso em : 23 de abr. 2012.

curioso, uma vez que o resultado das eleições representa claro “descolamento” entre a opinião dominante na mídia e a opinião dos eleitores, manifesta através do voto, como observa Lima (2007) e conforme estudos realizados pelo OBM e pelo IUPERJ. Tal fato coloca em evidência uma importante questão, relacionada aos limites do poder da mídia na formação da opinião pública e na intervenção na vida política do país. A frase “O povo venceu a mídia”, exposta em cartazes nas comemorações pela vitória de Lula e reproduzida por Lima (2007, p. 16), parece sintetizar o verdadeiro resultado desse embate político-midiático, talvez o desfecho mais inusitado desde a abertura democrática brasileira.

Embora se verifique esse movimento de recuo no poder de influência da mídia no resultado do pleito eleitoral, a presença desse campo na arena do debate político parece cada vez mais efetiva. E sua participação na construção social da política torna-se mais ativa ainda nas eleições de 2010. O confronto repete o clássico PSDB X PT. Mais que uma simples disputa entre oposição e governo, está em questão o embate entre dois modelos testados de gestão: o primeiro, fortemente influenciado pelo ideário neoliberal – centrado na livre competição, na mínima intervenção estatal na economia, na diminuição e desburocratização do estado e nas privatizações, dentre outros; o segundo, de inspiração socialista – baseado na forte intervenção do estado na economia, no investimento em políticas sociais e em programas de distribuição de renda (FARIA, 2010).

Ocorre que, a despeito dessas diferenças ideológicas e das experiências administrativas dos concorrentes, o debate, assim como em 2002 e 2006, parece concentrar-se no plano pessoal. Em vez das candidaturas, a visibilidade se dá em função dos candidatos. No lugar dos projetos, as imagens dos oponentes ocupam o centro do cenário político. Característica também marcante é a participação massiva das mídias digitais, com uma ampliação significativa do raio de circulação de informações, potencializando mais ainda o debate político, a exemplo do que ocorrera com a eleição do democrata Barack Obama para presidente dos Estados Unidos da América (EUA), em 2008. Embora essa seja uma tendência já verificada em 2006, ganha proporções bem maiores no pleito de 2010. As redes sociais, os portais de notícias e os blogs, atualizados continuamente, alimentam o debate, repercutindo na mídia tradicional.

No segundo turno, acentua-se ainda mais o embate e, na última semana antes da eleição, com a polêmica dominando a arena discursiva, o editorial do jornal

O Estado de São Paulo, um dos mais vendidos no Brasil, declara apoio ao candidato José Serra, do PSDB, seguindo a tendência da revista **Carta Capital**, que declarara apoio à candidata Dilma Rousseff, do PT. Como ocorre com os panfletos apócrifos distribuídos durante todo o período eleitoral e com os artigos publicados nos mais diferentes veículos, esses editoriais são reproduzidos e circulam pelas comunidades das redes sociais, pelos portais de notícias e pelos blogs, repercutindo também na mídia tradicional.

O estranhamento que provocam, a princípio, parece estar mais associado à postura dos veículos de comunicação do que ao conteúdo que veiculam, uma vez que, na cultura jornalística brasileira, o posicionamento dos veículos de comunicação não costuma se dar de forma explícita, como ocorre em outros países, a exemplo dos EUA e da Inglaterra. Aqui, a tradição jornalística pauta-se principalmente na ideia da isenção como critério de imparcialidade. Daí porque, no discurso desse campo, é recorrente a reafirmação da imparcialidade, o que se verifica, inclusive, nos dois editoriais.

Tal estratégia discursiva, portanto, introduz nas discussões sobre mídia e política uma importante questão, relacionada às imbricações entre esses dois campos. Não se trata de simples embate no campo simbólico da mídia. De fato, tal problemática remete a uma tensão nas fronteiras entre os domínios discursivos da mídia e da política. Diferentemente da tão estudada midiaticização da política, e mais do que uma simples partidarização da mídia, o fenômeno investigado aponta para o que se propõe chamar de militância editorial, fundada numa espécie de simbiose entre esses dois campos.

Torna-se imperativo, portanto, reconstituir as cenas em que tais discursos se instituem, de modo a identificar as estratégias pelas quais esses domínios entram em convergência, que tensões provocam e até que ponto as fronteiras entre tais campos são preservadas ou subvertidas. E, considerando a realidade brasileira, compreender como o funcionamento discursivo desses editoriais pode promover a simbiose verificada.

3 RECONSTITUINDO A ENUNCIÇÃO: CENA ENGLOBANTE, CENA GENÉRICA E CENOGRAFIA

Tendo em vista os propósitos desta pesquisa, é fundamental destacar que, como esclarece Maingueneau (2008a), um texto, mais do que um amontoado de signos inertes, é um rastro deixado por um discurso no qual a fala é encenada. Neste capítulo, reconstituem-se as cenas da enunciação dos discursos estudados, de modo a recompor – por meio de suas marcas, nas pistas e nos sinais que eles permitem inferir – o cenário no qual se travam as disputas de sentido e, conseqüentemente, a luta por hegemonia, não somente no campo jornalístico, como, principalmente, na esfera política.

Diferentemente da situação de enunciação – que define as posições do enunciador, do coenunciador e da não-pessoa no discurso, bem como as relações referenciais estabelecidas pelas marcas languageiras de valor dêitico, abarcando o processo de um ponto de vista exterior, ou seja, considerando as circunstâncias que envolvem a produção dos discursos – a cena da enunciação explora o processo “do interior”, mediante a situação que a fala pretende definir, o quadro que ela mostra (no sentido pragmático) no próprio movimento em que se desenrola” (MAINGUENEAU, 2006, p. 250).

A enunciação do discurso, na abordagem utilizada, caracteriza-se, portanto, como uma encenação, que, conforme Maingueneau (2008a), pode ser descrita em três diferentes perspectivas: a cena englobante, a cena genérica e a cenografia. É na análise dessas cenas que se pretende vislumbrar o contexto mais abrangente dos domínios jornalístico e político, o funcionamento discursivo no gênero editorial e as estratégias de construção dos discursos.

3.1 Nos rastros da cena englobante: o campo jornalístico e os cenários de representação da política

A cena englobante relaciona-se ao tipo de discurso, ao estatuto pragmático no qual aquele enunciado se inscreve – religioso, político, jornalístico, publicitário, dentre outros – e que, por sua natureza, pressupõe modos de inserção dos

interlocutores em um quadro espaciotemporal específico, de modo a serem capazes de interpretá-lo. Os tipos de discurso são categorias que correspondem às necessidades da vida cotidiana e podem variar, portanto, conforme o uso que delas se faz.

Maingueneau (2008a) ressalta o caráter heterogêneo da noção de tipo de discurso, argumentando que se trata de um princípio de agrupamento de gêneros relacionados a duas possíveis lógicas: o copertencimento a um mesmo aparelho institucional ou a submissão a um mesmo posicionamento. O autor exemplifica, mostrando a diferença entre o que se pode chamar de discurso hospitalar – de caráter institucional, englobando os mais diversos gêneros de discurso em interação no mesmo aparelho: o hospital –, e discurso comunista – relacionado à diversidade de gêneros de discurso originados de um posicionamento determinado no âmbito do campo político.

O conceito de cena englobante equivale ao de domínio discursivo, proposto por Marcuschi (2008, p. 155). Como explica esse autor:

Domínio discursivo constitui muito mais uma “esfera da atividade humana” no sentido bakhtiniano do termo do que um princípio de classificação de textos e indica instâncias discursivas (por exemplo: discurso jurídico, discurso jornalístico, discurso religioso etc.). Não abrange um gênero em particular, mas dá origem a vários deles, já que os gêneros são institucionalmente marcados. Constituem práticas discursivas nas quais podemos identificar um conjunto de gêneros textuais que às vezes lhes são próprios ou específicos como rotinas comunicativas institucionalizadas e instauradoras de relações de poder.

O domínio discursivo marca a união do gênero com seu envolvimento social, uma vez que, como argumenta o autor, não se pode desvincular o gênero da realidade social e das atividades humanas às quais se relaciona, pois os domínios discursivos são formações históricas e sociais que dão origem a discursos. Entretanto, Maingueneau (2006, p. 252) pondera que “tudo o que a noção de cena englobante diz é apenas que certo número de gêneros do discurso partilha do mesmo estatuto pragmático e que a apreensão de um texto ocorre por referência a esse estatuto”. Desse modo, para ele, a noção de cena englobante não é suficiente para especificar as atividades verbais, o que é corroborado pelo pensamento de Marcuschi (2008), para quem, quando se trabalha com a noção de domínio

discursivo, não se está lidando propriamente com textos, mas com instâncias discursivas.

Considerando esses pressupostos, poder-se-ia argumentar que a identificação da cena englobante fosse, basicamente, uma questão de construção de tautologias. As esferas da atividade, para usar a terminologia bakhtiniana, seriam identificadas por uma série de gêneros com os quais as ações desenvolvidas no campo pudessem se concretizar e serem reconhecidas por sua filiação a ele. Embora considerando seu caráter variável, como adverte Maingueneau (2008a), seria possível formular um inventário com os gêneros prototípicos de determinada esfera da produção. O editorial, por exemplo, deveria ser elencado como um gênero opinativo da esfera jornalística.

Entretanto, quando se leva em conta o *corpus* desta pesquisa, no contexto simbólico em que se inscreve, a questão torna-se mais complexa. A princípio, considerando-se os textos analisados, pode-se afirmar claramente sua filiação ao tipo de discurso jornalístico, não somente por sua manifestação no espaço editorial, emblemático dessa esfera discursiva, como por seu estatuto pragmático, que pressupõe formas de inserção dos interlocutores em um contexto específico: a produção e a circulação do discurso jornalístico. No caso dos editoriais analisados, a filiação desse gênero à cena englobante do jornalismo poderia ser ratificada pelo simples fato de os textos serem veiculados no espaço editorial da publicação e de serem enunciados com o uso da primeira pessoa verbal – “apoiamos”, “reconhecemos”, “entendemos” – ou com referência ao nome jurídico-institucional – “o *Estado*”, “*Carta Capital*”. Esses aspectos seriam indícios aparentemente inquestionáveis do pertencimento desse gênero à instância discursiva do jornalismo.

Estaria claro, portanto, que o objeto investigado pertencesse ao campo jornalístico, por sua incorporação ao aparelho institucional do jornalismo e ao campo simbólico que o define, considerando-se que seu estatuto pragmático respeita as condições básicas de pertencimento a esse campo: os textos são publicados em suportes do jornalismo – jornal e revista –, estão incluídos no lugar institucional a eles reservado – o espaço editorial –, e obedecem à organização retórica própria a esse gênero jornalístico. Apresentam-se como exemplares do gênero opinativo, representando, nesse caso, a opinião institucional da organização responsável por sua publicação.

Levando-se em conta o funcionamento discursivo desses textos, entretanto, o conceito de cena englobante assume papel especial, uma vez que não é apenas o domínio discursivo do jornalismo que a define. De fato, verifica-se, nos discursos investigados, certa migração para uma zona fronteira entre o jornalismo e a política, cuja demarcação torna-se mais imprecisa justamente pelo caráter peculiar dos editoriais analisados.

Ora, a tradição do jornalismo brasileiro é marcada por uma recusa sistemática ao posicionamento explícito em relação à política partidária, o que leva os grandes veículos de comunicação a reiterarem em seus discursos o apartidarismo como critério de isenção e imparcialidade. A explicitação de apoio representaria, nessa cultura, uma quebra de contrato genérico, e tipológico, que implicaria uma suspensão da pretensa neutralidade jornalística, o que levaria a questão para a esfera da ética no jornalismo. Cabe, portanto, para que se possa manter essa tese, questionar até que ponto se pode asseverar uma suspensão da neutralidade nessa instância discursiva e um possível deslocamento do gênero para o domínio discursivo da política.

Nesse sentido, é importante destacar o caráter multifacetado do campo jornalístico. Como explica Melo (2003, p. 73), os meios de comunicação são “veículos que se movem na direção que lhes é dada pelas forças sociais que os controlam e que refletem também as contradições inerentes às estruturas societárias em que existem”. Estão, portanto, atravessados pelas forças e tensões que regulam a vida social e política do ambiente em que se inserem, e não podem ficar alheios a tais forças, uma vez que representam lugar central de construção social da realidade em que atuam. São, desse modo, agentes diretos da realidade que refletem e das representações que constroem, nas relações com outros campos.

Comportam-se, assim, como sujeitos semióticos, no dizer de Landowski (1992), para quem o jornal – e os outros suportes do campo jornalístico, por extensão –, define-se não somente como uma empresa, dotada de personalidade jurídica, que cumpre a função de oferecer um produto e recebe, em troca, o valor econômico desse bem. Para ele, a instituição jornalística precisa se identificar por sua imagem de marca, ou seja, uma figura que o represente no plano da comunicação social, que o individualize, atribuindo-lhe uma personalidade simbólica. É necessário, considerando essa perspectiva, observar os meios de comunicação como importantes sujeitos semióticos, que não estão alheios às disputas pela

hegemonia política, mas que participam ativamente da arena política, defendendo interesses próprios a esse campo, inclusive os interesses do grande capital.

Entretanto, mais do que uma simples identificação da mídia como agente importante no diálogo com o campo político, o que se verifica, nesse caso, é uma atuação “de dentro” do espaço discursivo da política. Ou seja, a mídia extrapola seu campo e participa do debate público no interior da arena político-eleitoral. Exercita, no espaço editorial, a verdadeira militância política. O veículo de comunicação, nesse caso, apresenta-se como mero suporte de veiculação dos discursos, escamoteando a atuação político-partidária que seus discursos promovem.

Tal estratégia pode ser confirmada pela preocupação dos editoriais em demarcar sua filiação, como forma de reafirmar sua identidade e seu compromisso com o domínio discursivo do jornalismo. Em OESP, por exemplo, a inserção do discurso na cena enunciativa se dá pela referência a um possível ataque ao campo. Assumindo a posição de porta-voz do campo jornalístico, o enunciador identifica-se como agente desse campo e toma para si a tarefa de defendê-lo (“*A acusação do presidente da República de que a Imprensa ‘se comporta como um partido político’ é obviamente extensiva a este jornal*”).

Ao se identificar como ator da esfera jornalística, o sujeito institucional de OESP busca legitimar sua fala e, ao mesmo tempo, sua credibilidade enquanto agente de preservação do próprio campo. Tal estratégia revela o modo de inserção desse sujeito no interdiscurso, acrescentando sua fala no debate público, de forma a demarcar as fronteiras entre os campos jornalístico e político. Desse modo, o discurso simula certo fechamento do campo jornalístico, em confronto direto com o campo adversário, a esfera da política.

Em CC, a estratégia de afirmação como representante da esfera jornalística se dá pela afinidade com outros agentes do próprio campo. Em vez de um embate direto com o campo político, esse discurso se constrói por aproximação com o que considera a “*mídia mais desenvolvida do mundo*”, cuja estratégia de posicionamento seria tomada como espécie de argumento de autoridade para a atuação desse veículo. A inserção desse sujeito na cena enunciativa não se dá, como em OESP, num embate contra um outro campo, mas pela delimitação de um espaço no interior do próprio domínio discursivo em que se situa. Em ambos os casos, no entanto, o objetivo é assegurar o fechamento do campo e a legitimidade dos enunciadores, seus agentes.

Tais estratégias, além de recursos de preservação da identidade com o campo, buscam resguardar a credibilidade, o mais importante capital simbólico, tanto da mídia quanto da política. No campo do jornalismo, a credibilidade está profundamente associada à ideia de neutralidade, princípio evocado por esse campo como instrumento de garantia da imparcialidade e da isenção da instituição jornalística. É essa preservação da neutralidade que asseguraria ao jornalismo o fechamento necessário a seu funcionamento. Como explica Bourdieu:

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (1997, p. 57).

Percebem-se, na definição desse autor, duas tensões essenciais para a concretização do campo. Há um movimento de fechamento, o qual mobiliza as forças necessárias a sua preservação, e, ao mesmo tempo, um movimento de disputa por hegemonia interna por parte de seus agentes. Essas tensões marcam o caráter heterogêneo do campo, ao mesmo tempo em que garantem sua existência e sua conservação. A definição de Bourdieu (1997) permite compreender o esforço, nos editoriais analisados, de ratificação do pertencimento ao campo, pela preservação de ameaças externas e pela demarcação de posições no interior da própria instância discursiva.

Embora com regimes de enunciabilidade bastante distintos, os dois discursos evidenciam tais tensões. A estratégia de preservação do campo jornalístico, nos dois casos, põe em evidência os movimentos propostos por Bourdieu (1997). Ao tomar para si a defesa do campo, OESP busca assegurar seu fechamento. Ao propor aproximação com atores do mesmo campo, o discurso de CC marca seu distanciamento dos outros atores, não incluídos na categoria “*mais desenvolvida do mundo*”, com os quais esse sujeito entra em concorrência, ressaltando as forças em luta para transformação do próprio campo. Tal jogo de forças pode ser verificado na crítica à “*mídia praticamente em peso*”, por ter previsto ofensas e perseguições aos “*privilegiados*” por parte do governo petista, o que, segundo esse discurso, não se confirmara.

Com tais procedimentos, os discursos estariam formulando uma concessão que lhes outorgasse a enveredar por uma seara alheia a esse espaço discursivo, sem, contudo, perder sua filiação original. Desse modo, pelo imperativo que justificaria arrogar para si a missão de preservação do campo, ou pela afinidade com a força avaliada como mais valorosa, no interior do campo, os dois discursos buscam camuflar sua militância como agentes da esfera política.

Interessante notar que, embora se posicione em defesa do campo, OESP não o faz em contraposição ao campo político como um todo, como parece ser uma estratégia da mídia desde as eleições de 2002 (RUBIM, 2004), mas dirige-se diretamente ao presidente Lula e ao partido o qual representa, bem como ao governo por ele comandado. O oponente, no discurso de OESP, é explicitamente caracterizado como uma “*facção*”, a cujo líder se dirige a resposta do campo jornalístico, personificado na voz do editorial do jornal. Há, inclusive, uma estratégia de reiteração da imagem de instituição criminosa em relação ao PT, representada pela figura de Lula. Os anafóricos que o referenciam – “*chefão*”, “*dono do PT*”, “*chefe de uma facção*”, “*o mal a evitar*” – corroboram essa estratégia.

A inclusão do oponente no universo simbólico da criminalidade também funciona discursivamente como forma de assegurar a legitimidade do agente do campo jornalístico na atuação dentro da arena política. Ao identificar os opositores como uma organização criminosa, o discurso de OESP assegura para si o direito de formular seu posicionamento, mantendo sua identidade como agente do campo jornalístico, e o justifica como um imperativo, imprimindo em tal postura um sentido de responsabilidade (“*Com todo o peso da responsabilidade à qual nunca se subtraiu em 135 anos de luta*”). Em CC, a declaração de apoio também é caracterizada como “*injunção do momento*”.

Aqui, há um ponto interessante a ressaltar, em relação ao discurso de OESP. Observa-se a repetição do nome institucional do jornal – “**Estado**” –, grafado em negrito, diferentemente de “*Estado*” (sem negrito), em referência à nação brasileira. A inscrição do sujeito institucional na cena englobante com o uso dessa terminologia promove um efeito de sentido singular, de aproximação entre a imagem institucional do enunciador com o aparelho institucional mais importante do campo político. O Estado-jornal, desse modo, aproxima-se do Estado-nação, representando-o. Tal movimento promove uma espécie de imbricação entre os campos, tornando sutil, ou mesmo invisível, a demarcação de limites entre eles.

Nesse sentido, o enunciador procura legitimar seu posicionamento, justificando-o como um ato de defesa de um bem que transcende a esfera política: a democracia. Como explicita, no início do editorial, “*Há uma enorme diferença entre ‘se comportar como um partido político’ e tomar partido numa disputa eleitoral em que estão em jogo valores essenciais ao aprimoramento se não à própria sobrevivência da democracia neste país.*” “*Tomar partido*”, que poderia, em princípio, constituir uma quebra do princípio da neutralidade jornalística, torna-se, nesse dizer, assumir a responsabilidade de resguardar um valor caro à própria sobrevivência do campo jornalístico.

Está clara, portanto, a preocupação em ratificar o pertencimento do sujeito do discurso à esfera discursiva de onde fala. Paradoxalmente, essa necessidade de reiterar o vínculo com o espaço discursivo do jornalismo corresponde justamente a uma estratégia de encenação. Não é no enunciado, portanto, que se pode apreender o sentido desse deslocamento. Mais do que um recurso linguístico, o posicionamento da mídia só pode ser compreendido por meio da análise do funcionamento discursivo desse enunciado. É preciso buscar na cena genérica e na cenografia as formas de inscrição desses enunciados e de seu funcionamento.

Considera-se que, embora propostos como exemplares do editorial, gênero opinativo do campo jornalístico, tais textos funcionam discursivamente como panfletos políticos. O editorial, de fato, seria uma cenografia produzida com a finalidade de garantir a legitimidade de seus autores para se pronunciarem explicitamente em defesa de seus candidatos, sem, com isso, colocar em risco sua credibilidade enquanto agentes do campo jornalístico e, ao mesmo tempo, preservando o fechamento necessário ao funcionamento desse campo.

3.2 Editorial: cena genérica ou cenografia?

Apesar de bastante significativa, no que diz respeito ao *corpus* desta pesquisa, a análise da cena englobante, como observado anteriormente, não é suficiente para compreender as estratégias de posicionamento da mídia nas eleições de 2010. Maingueneau (2010) considera que os locutores, de fato, interagem em cenas englobantes – relacionadas aos tipos de discurso –, por meio

de gêneros de discurso específicos, ou sistemas de normas, que correspondem à cena genérica.

A princípio, a observação dessa cena não apresenta grandes dificuldades. Afinal, como pondera Maingueneau (2008a), os gêneros e as cenas genéricas são definidos por rituais sociolinguageiros, reconhecíveis, portanto, no interior da sociedade que os funda e legitima. Tradicionalmente, são identificados por sua regularidade e estabilidade, o que leva a supor que é essa previsibilidade que o define. A questão, no entanto, é bem mais complexa, uma vez que a forma, por si, não é determinante para a distinção de um gênero. Como bem define o autor:

O gênero de discurso implica um contexto específico: papéis, circunstâncias (em particular, um modo de inscrição no espaço e no tempo), um suporte material, uma finalidade etc. Cada gênero ou subgênero de discurso define o papel de seus participantes: num panfleto de campanha eleitoral, teremos um “candidato” dirigindo-se a “eleitores”; num curso, teremos um professor dirigindo-se a alunos etc. [...] Na medida em que os gêneros são instituições de fala sócio-historicamente definidas, sua instabilidade é grande, e eles não se deixam apreender em taxonomias compactas (MAINGUENEAU, 2008a, p. 116).

Observa-se que, nessa perspectiva, são contemplados os interlocutores e os papéis que assumem, o contexto sócio-histórico, o suporte de veiculação do gênero e a finalidade. Manifestam-se, portanto, aspectos formais e funcionais, sem, no entanto, hierarquizar previamente a importância do envolvimento de tais traços na definição do gênero. Outro ponto relevante, na definição desse autor, diz respeito à instabilidade dos gêneros, graças à sua caracterização como instituições de fala situadas sócio-historicamente, o que faz com que a categorização dos gêneros e sua classificação em taxonomias previsíveis e fechadas seja considerada tarefa impossível. Por isso, é necessário, especialmente para os propósitos desta pesquisa, investigar essa importante instância discursiva.

3.2.1 Entre a estabilidade e a relatividade: uma questão de gênero

Um gênero, como adverte o próprio Bakhtin (2003), é marcado por uma heterogeneidade tão grande, que torna impraticável traçar um plano único para seu estudo. A heterogeneidade funcional, para o mestre russo, “torna os traços gerais dos gêneros discursivos demasiadamente abstratos e vazios” (BAKHTIN, 2003, p. 262). Daí porque, para ele, não se deve minimizar essa heterogeneidade, bem como as dificuldades dela resultantes em definir a natureza geral dos enunciados.

É possível identificar nessa questão a chave para a compreensão do embate que se estabelece entre função e forma na formulação desse conceito. A clássica definição de gênero de Bakhtin (2003, p. 262), como “*tipos relativamente estáveis* de enunciados” sintetiza o cerne da polêmica. Como observa Marcuschi (2006), ao propor esse conceito, parece mais importante para o autor destacar o “relativamente” do que o “estáveis”, uma vez que a noção de gênero, para ele, define a natureza histórica, sociointeracional e ideológica do enunciado. O desprezo por essa importante questão parece ser responsável pelo fato de que abordagens fundamentadas na estabilidade ou na relatividade, de acordo com o foco na forma ou na função, tenham levado a posições tão incongruentes.

Apesar disso, percebem-se grandes avanços nos estudos de gêneros nos últimos anos, decorrentes, principalmente, da compreensão de que um gênero não se define apenas pela forma e pela substância, mas envolve o modo pelo qual ele é reconhecido social e historicamente e as ações que realiza. Desse modo, um gênero não pode ser analisado somente em função de aspectos formais, ou mesmo contextuais, nem pode ser observado sem que se considere a realidade histórico-social em que se inscreve e as funções que realiza.

Como explica Bazerman (2005), partindo do campo teórico do estudo sobre gêneros ancorado na Nova Retórica, “os gêneros tipificam muitas coisas além da forma textual. São parte do modo como os seres humanos dão forma às atividades sociais” (p. 31). Como esclarece esse autor, os gêneros não são apenas resultado das tipificações que o homem constrói para orientar suas ações no mundo. Eles também tipificam ações. São, por um lado, fatos sociais, pois são aquilo que as pessoas acreditam que sejam, mas, ao se constituírem como fatos sociais,

produzem consequências, que podem, por seu turno, originar ações. Essa proposta articula-se com o conceito de gênero como ação social (MILLER, 2009).

De fato, como argumenta a autora, “uma definição retoricamente válida de gênero precisa ser centrada não na substância ou na forma de discurso, mas na ação que é usada para sua realização” (MILLER, 2009, p. 22). A ação, nesse caso, abarca tanto a substância quanto a forma. Além disso, para ela, “se gênero representa ação, tem que envolver situação e motivo, uma vez que a ação humana, seja simbólica ou não, somente é interpretável num contexto de situação e através da atribuição de motivos” (p. 23).

Ainda para essa autora, o interesse particular pelas situações retóricas para uma teoria de gêneros é que elas são recorrentes. “A recorrência é um fenômeno intersubjetivo, uma ocorrência social, e não pode ser entendida em termos materialistas” (MILLER, 2009, p. 30). Em outras palavras, a recorrência não pode ser compreendida simplesmente como configuração material de objetos, eventos e pessoas, ou ainda como percepção, pois tanto as configurações materiais quanto as percepções seriam únicas em cada momento e para cada pessoa. Propõe, então, o conceito de tipificações, de Alfred Schutz, argumentando que:

É através do processo de tipificação que criamos recorrência, analogias, similaridades. O que ocorre não é uma situação material (um evento real, objetivo, factual), mas nossa interpretação de um tipo. A situação tipificada, incluindo tipificações de participantes, subjaz à tipificação na retórica (MILLER, 2009, p. 31).

Os gêneros, nessa perspectiva, “são ações retóricas tipificadas fundadas em situações recorrentes” (MILLER, 2009, p. 34). Nesse sentido, o motivo transforma-se em um propósito social convencionado, incluído em uma situação recorrente. Situação recorrente e propósito imbricam-se de modo que o gênero possa ser compreendido com base na prática retórica, ou seja, fundado em torno de ações situadas. Nessa perspectiva, a autora defende que a classificação de gênero seja etnometodológica, ou seja, que busque explicações para o conhecimento originado da prática. Essa opção teórica se justifica porque, para ela, tal abordagem advoga que os gêneros informam algo importante sobre o discurso.

Nesse sentido, a autora aproxima-se da proposta de Maingueneau (2008b, p. 24), quando defende:

Inscrevemo-nos basicamente no movimento de fundo que domina a reflexão sobre a linguagem há pelo menos uma década, o movimento da “pragmática”, que precisamente pretende articular no ato verbal enunciado e enunciação, linguagem e contexto, fala e ação, instituição linguística e instituições sociais... Certamente, nosso projeto opera num nível diferente, o do discurso, mas está ligado a essa corrente que atravessa o conjunto do campo das ciências humanas.

Um gênero, nessa perspectiva, precisa ser compreendido, para além dos dispositivos linguísticos que o organizam, por meio da prática que o origina e das ações que a partir dele se realizam, bem como dos sujeitos nele implicados e dos contextos e instituições que o envolvem e por onde circula. Mesmo porque, como argumenta Bazerman (2005), os gêneros são continuamente refeitos cada vez que um indivíduo realiza uma nova ação através deles. Como explica o autor, “os espaços discursivos dentro de gêneros reconhecidos criam espaços de oportunidade para a enunciação individual dentro de atividades e relações sociais ordenadas” (p. 66-67).

Pensamento semelhante apresenta Marcuschi (2006), para quem os gêneros são categorias operativas. Representam, desse modo, instrumentos para a ação. Miller (2009, p. 52) também comunga desse pensamento e acrescenta:

As regras e os recursos de um gênero fornecem papéis reproduzíveis de falante e de ouvinte, tipificações sociais de necessidades sociais e exigências recorrentes, estruturas tópicas (ou movimentos e passos) e modos de relacionar um evento a condições materiais, transformando-as em restrições ou recursos.

Ao apresentar, através da linguagem, as ferramentas do agir em uma comunidade discursiva específica, o gênero fornece agência. Para Bazerman (2006), a intimidade com a estrutura social de uma comunidade indica os diversos papéis sociais, os direitos e os deveres, as posições e atitudes aceitáveis para a participação do indivíduo nessa comunidade. Em outras palavras, ele aprende os limites em que pode agir e conhece as sanções previstas em caso de possíveis transgressões. Incorpora também as possibilidades que o gênero apresenta, inclusive de transpor os extremos que o vinculam ao seu tipo de discurso.

Esse estoque de conhecimentos, condutas e posturas não somente orienta a produção de enunciados discursivamente ajustados aos modelos socialmente reconhecidos. Permite, inclusive, transgredir os modelos esperados, romper com os

paradigmas dominantes, criando efeitos discursivos inusitados e proporcionando a produção de novos sentidos e a proposição de novos modelos. É o caso daquilo que Marcuschi (2008, p. 165) denomina de intergenericidade, ou seja, uma “mescla de gêneros em que um gênero assume a função de outro”. Em outras palavras, na intergenericidade não se verifica a criação de um gênero híbrido, mas a presença de um processo de hibridização, de modo a subverter o modelo global de determinado gênero. Nesse caso, segundo o autor, há predomínio da função sobre a forma na determinação interpretativa do gênero.

É o que ocorre, por exemplo, no conhecido artigo de opinião do jornalista Josias de Sousa, “Um novo José”, publicado no jornal *Folha de São Paulo*, em 4/10/1999, analisado por Marcuschi (2008). Apresentado na forma de poema, o texto manifesta um complexo processo de hibridização, que se concretiza na paráfrase do poema “E agora, José”, de Carlos Drummond de Andrade. Nesse processo, o autor identifica uma relação interdomínios discursivos – o que corresponderia, na perspectiva de Maingueneau, a uma interação entre cenas englobantes –, considerando a sobreposição marcada entre domínio jornalístico e domínio literário.

UM NOVO JOSÉ
Josias de Souza

Calma, José.
A festa não começou,
a luz não acendeu,
a noite não esquentou,
o Malan não amoleceu,
Mas se voltar a pergunta:
e agora José?
Diga: ora, Drummond,
agora Camdessus.
Continua sem mulher,
continua sem discurso,
continua sem carinho,
ainda não pode beber,
ainda não pode fumar,
cuspir ainda não pode,
a noite ainda é fria,
o dia ainda não veio,
o riso ainda não veio,
não veio ainda a utopia,
o Malan tem miopia,
mas nem tudo acabou,
nem tudo fugiu,
nem tudo mofou.
Se voltar a pergunta:
E agora José?

Diga: ora, Drummond,
Agora FMI.

Se você gritasse,
se você gemesse,
se você dormisse,
se você cansasse,
se você morresse...
O Malan nada faria,
mas já há quem faça.
Ainda só, no escuro,
qual bicho-do-mato,
ainda sem teogonia,
ainda sem parede nua,
para se encostar,
ainda sem cavalo preto,
Que fuja a galope,
você ainda marcha, José!
Se voltar a pergunta:
José, para onde?
Diga: ora Drummond,
por que tanta dúvida?
Elementar, elemental,
Sigo pra Washington
e, por favor, poeta,
não me chame de José.
Me chame Joseph.

A peculiaridade desse enunciado é que, apesar de sua aparente identificação como um poema, pela organização retórica e pelos recursos estilísticos que mobiliza, o reconhecimento do gênero artigo de opinião é indubitável, uma vez que, do ponto de vista da função e do contexto situacional, o texto corresponde aos regimes de enunciabilidade próprios desse gênero. Aspectos como a localização do texto no suporte jornalístico e a assinatura do articulista, bem como a temática e os personagens evocados da realidade político-econômica da época, ratificam esse reconhecimento. No caso, é clara a utilização da forma poema com a função de artigo de opinião, com o predomínio desta última na determinação interpretativa do gênero, marca da intergenericidade.

Evento semelhante é evidenciado no clássico relatório apresentado por Graciliano Ramos ao governo do estado de Alagoas, na condição de prefeito de Palmeira dos Índios, em 1928, também analisado por Marcuschi (2008). A linguagem e a forma do relatório, embora não remetam a outro gênero, especificamente, transgridem os padrões retóricos de um relatório formal daquele período. A aceitação do relatório nas instâncias políticas a que se destinava revela o reconhecimento do gênero por aquele campo. Manifesta-se, claramente, uma relação interdomínios discursivos, sem, no entanto, haver hibridização de gêneros, pelo menos nos padrões propostos pelo autor.

CEMITÉRIO – 243\$000

Pensei em construir um novo cemitério, pois o que temos dentro em pouco será insuficiente, mas os trabalhos a que me aventurei, necessários aos vivos, não me permitiram a execução de uma obra, embora útil, prorrogável. Os mortos esperarão mais algum tempo. São os munícipes que não reclamavam.

ILUMINAÇÃO – 7:800\$000

A Prefeitura foi intrujada quando, em 1920, aqui se firmou um contrato para o fornecimento de luz. Apesar de ser o negócio referente à claridade, julgo que assinaram aquilo às escuras. É um bluff. Pagamos até a luz que a lua nos dá.

HIGIENE – 8:454\$190

O estado sanitário é bom. O posto de higiene, instalado em 1928, presta serviços consideráveis à população. Cães, porcos e outros bichos incômodos não tornaram a aparecer nas ruas. A cidade está limpa.

INSTRUÇÃO – 2:886\$180

Instituíram-se escolas em três aldeias. Serra da Mandioca, Anum e Canafístula. O Conselho mandou subvencionar uma sociedade aqui fundada por operários, sociedade que se dedica à educação de adultos.

Presumo que esses estabelecimentos são de eficiência contestável. As aspirantes a professoras revelaram, com admirável unanimidade, uma lastimosa ignorância. Escolhidas algumas delas, as escolas entraram a funcionar regularmente, como as outras.

Não creio que os alunos aprendam ali grande coisa. Obterão, contudo, a habilidade precisa para ler jornais e almanaques, discutir política e decorar sonetos, passatempos acessíveis a quase todos os roceiros.

Fonte: <http://www.revistadehistoria.com.br/secao/conteudo-complementar/relatorio-da-prefeitura-municipal-de-palmeira-dos-indios-1929>

A migração desse relatório para o domínio literário, no decorrer da história, confirma essa relação orgânica com esse campo. Tal fenômeno pode ser explicado não somente pela funcionalidade do gênero, que perde sua força enquanto instrumento político e passa a ser reivindicado por sua finalidade estética, mas também pela atuação de seu autor, que transita entre os dois campos. Ressaltem-se, nesse caso, as diferenças em relação ao artigo de Josias de Sousa. Este, a despeito da forma e do investimento estético do enunciador, situa-se claramente no campo jornalístico, e não tende a migrar para o campo literário, uma vez que sua forma e sua estética estão evidentemente a serviço da argumentação jornalística.

No caso do relatório de Graciliano, no entanto, a matriz estética literária da qual emana a linguagem e a forma singulares, em vez de funcionarem como recursos à argumentação no domínio político, parecem marcar uma recusa do enunciador em circunscrever sua fala unicamente nas fronteiras da cena englobante da política, e de marcar sua filiação ao campo literário. Embora não se institua enquanto gênero do campo literário, o enunciado traz em sua construção traços que denunciam sua autoria e que o distinguem do cânone do gênero relatório administrativo, situado discursivamente no domínio da política.

Não é o que parece caracterizar os textos aqui analisados. De fato, o fenômeno observado nesses editoriais não se inclui, *ipsis litteris*, na categoria da intergenericidade. Não se trata, simplesmente, de um gênero desempenhando a função de outro, ou, mais especificamente, de um gênero com a forma de outro, de modo que forma e função sejam explicitamente identificados. Mais do que um exemplo de relação intergêneros, o que se vê aqui é um gênero representado como simulacro de outro. E este não pode ser compreendido como um recurso estético. A dissimulação presta-se a uma finalidade política. O propósito, no caso, é esconder a origem de seu domínio discursivo, situando o discurso em um lugar de fala do qual, de fato, não poderia se originar.

Por essa razão, a simples caracterização do gênero editorial, com sua inserção no contexto histórico da política eleitoral brasileira e com a reconstituição de sua organização retórica canônica, é insuficiente para os propósitos deste estudo. Daí a necessidade de analisar a cenografia que se manifesta. Busca-se, assim, compreender de que forma essa roupagem contribui para a construção de sentidos e para a inserção do discurso em determinada formação discursiva. Nesse

sentido, é importante investigar, nos textos analisados, a cenografia construída com a finalidade de validar as posições defendidas por seus enunciadores, ou, dito de outra forma, observar as motivações que os instituem e as funções que desempenham.

3.2.2 O editorial como encenação

Para a análise da cena enunciativa composta por determinado discurso, é necessário observar como a cena englobante, a cena genérica e cenografia se instituem, que estratégias são mobilizadas na construção dos sentidos que elas propõem e como os interlocutores são convocados a participar desse espaço simbólico. Nessa perspectiva, a investigação do domínio discursivo e do gênero permite apenas um primeiro olhar sobre esse processo, pois possibilita situar o objeto no tipo de discurso de que onde se origina e identificar sua identidade genérica.

Como explica Maingueneau (2002), a cena englobante compõe com a cena genérica o quadro cênico do texto, constituindo, conjuntamente, um espaço estável no qual os enunciados adquirem sentido. Gênero e tipo de discurso correspondem, nessa arquitetura, ao que Maingueneau (2010) denomina de unidades territoriais, isto é, que são circunscritas a espaços pré-delineados pelas práticas verbais instituídas, em oposição às unidades transversas, que não se vinculam a práticas verbais específicas, mas que atravessam textos de gêneros e tipos distintos.

O quadro cênico, nessa perspectiva, é constituído como espaço de regularidades, de condutas estabilizadas e movimentos previsíveis, dentro de determinados parâmetros convencionais, relacionados com a configuração sociocultural dos espaços simbólicos em que o texto pode circular. Do ponto de vista da análise, a identificação desse quadro está sujeita à associação do texto a uma esfera de circulação específica, ou ao domínio discursivo, ou, na teoria de Maingueneau (2008a), à cena englobante, bem como à identificação do gênero por meio do qual se constitui, ou cena genérica.

Todavia, não é com o quadro cênico que o leitor lida diretamente, como pondera o autor, e sim com a cenografia. Instituída pelo próprio discurso, sem a

imposição do tipo ou do gênero, a cenografia faz passar ao segundo plano a cena englobante e a cena genérica. É por meio da enunciação que o discurso impõe e legitima sua cenografia. Ao mesmo tempo, convoca seus leitores a aceitarem o lugar a eles designados nessa cenografia e, em escala mais abrangente, no universo de sentidos de que ela é parte.

Como esclarece Maingueneau:

Em uma cenografia associam-se uma figura de enunciador e uma figura correlata de coenunciadores. Esses dois lugares supõem igualmente uma cronografia (um momento) e uma topografia (um lugar), das quais pretende originar-se o discurso. Trata-se de três pólos indissociáveis: em certo discurso político, por exemplo, a determinação da identidade dos parceiros da enunciação (“os defensores da pátria”, “cidadãos honestos”, “administradores competentes”, “excluídos” etc.) está em sintonia com um conjunto de lugares (“a França eterna”, “o país dos Direitos do homem”, “a encruzilhada da Europa”, “a Europa cristã” etc.) e com momentos de enunciação (“um período de crise profunda”, “uma fase de mutação econômica” etc.) a partir dos quais o discurso pretende ser proferido, de modo a fundar seu direito à palavra (2008a, p. 117-118).

Nesse ponto, forma e função se fundem, num processo dialético e dialógico, no qual enunciador e coenunciadores são discursivamente constituídos, circunscritos num lugar e num tempo que a enunciação delimita, e convocados a atuarem conforme regras específicas, orientados não somente pelo conteúdo que o enunciado veicula, ou pelo formato que assume, mas por um complexo dispositivo da fala que o legitima e que é legitimado por ele. Decorre dessa complexa configuração a afirmação de Maingueneau (2008a) de que é o próprio discurso que produz a cenografia.

Ocorre que a cenografia não se presta apenas a configurar um quadro, um cenário decorativo, ou a preencher um espaço de estabilidade. Ao contrário, como propõe esse autor, a cenografia resulta do esforço da enunciação em instituir seu próprio dispositivo de fala, e é, ao mesmo tempo, fonte e produto do discurso, legitimando e, reciprocamente, sendo legitimada pelo enunciado, de forma que o coenunciador seja persuadido de que esta, e não outra cenografia, corresponde ao mundo configurado pelo discurso. Para fazer sentido, a cenografia precisa harmonizar-se não somente com os conteúdos que apresenta, mas também relacionar-se de forma ativa com a conjuntura histórica na qual intervém.

A cenografia pode ser apreendida através de índices diversos, localizáveis no texto e no paratexto. Maingueneau (2006) afirma que o termo grafia, nesse conceito, remete tanto a quadro como a processo. Ele adiciona à noção de cena a inscrição do texto na memória de uma enunciação já filiada a outras enunciações. Ao mesmo tempo em que se inscreve nessa memória enunciativa, o enunciado reivindica certo reemprego. Desse modo, aquilo que o texto diz pressupõe uma cena de fala específica, a qual precisa ser validada por ele por meio de sua própria enunciação. Nesse sentido, toda obra busca instituir a situação que a torna pertinente. A cenografia, nesse contexto, “forma unidade com a obra a que sustenta e que a sustenta” (MAINGUENEAU, 2006, p. 253).

Numa linha contínua, para Maingueneau (2008a), visualizam-se dois polos extremos em que se distribuem os gêneros: de um lado, aqueles, menos numerosos, que, limitando-se a suas cenas genéricas, não originam cenografias, como é o caso do catálogo telefônico ou das receitas médicas, por exemplo; no outro polo, aparecem os gêneros cuja própria natureza impõe a escolha de uma cenografia, como ocorre com os gêneros publicitários e literários. Entre esses dois extremos, aparecem gêneros de cenografias variadas, mas que, geralmente, limitam-se a sua cena genérica. No entanto, como assevera o autor:

A escolha da cenografia não é indiferente: o discurso, desenvolvendo-se a partir de sua cenografia, pretende convencer instituindo a cena da enunciação que o legitima. O discurso impõe sua cenografia de algum modo desde o início; mas, de outro lado, é por intermédio de sua própria enunciação que ele poderá legitimar a cenografia que ele impõe. Para isso, é necessário que ele faça seus leitores aceitarem o lugar que ele pretende lhes designar nessa cenografia e, de modo mais amplo, no universo de sentido do qual ela participa. Toda tomada de palavra é, com efeito, em diversos graus, incursão em um risco, sobretudo quando se trata de gêneros ou de tipos de discurso que têm necessidade de se impor contra outros pontos de vista e de provocar uma adesão que está longe de ser dada (MAINGUENEAU, 2008a, p. 117)

Daí porque a escolha da cenografia é tão crucial em um discurso. Ela representa uma proposta de leitura, por meio da qual sugere como deseja que o enunciado seja recebido e orienta uma espécie de percurso a seguir, de modo a assegurar a coincidência entre os propósitos que norteiam os coenunciadores. A adesão ao discurso que o enunciado veicula, mesmo que parcial, representa a confirmação de que a cenografia proposta foi reconhecida e validada pelo coenunciador, conferindo, desse modo, potencial hegemônico ao discurso.

A competência genérica, ou o domínio das ferramentas necessárias para atuar discursivamente em determinado meio social, possibilita ao enunciador liberdade para optar pela cenografia que mais se afina com sua proposta e autoridade para fazer supor que a cenografia apresentada por ele presta-se melhor à função que deseja tornar visível. Ao mesmo tempo, permite encobrir funções ou intenções que não lhe seja interessante explicitar. Mas essa estratégia não se deixa ver na materialidade genérica do texto, principalmente no caso analisado.

Quando um texto se manifesta na forma de editorial, parece inquestionável a inclusão desse enunciado naquilo que Maingueneau (2008a) classifica como gênero instituído autoral, ou seja, instituído pelo próprio autor ou editor. Presentes em certos tipos de discurso, como os literários, filosóficos, religiosos, políticos e jornalísticos, dentre outros, esses gêneros apresentam-se por meio de indicações paratextuais, como “ensaio”, “resenha”, “aforismos” etc. Por meio desses exemplares genéricos, o autor assume a autoridade para reivindicar uma definição parcial da estrutura de sua atividade discursiva. Os gêneros autorais propõem, *a priori*, um estatuto de leitura que deve ser seguido pelo leitor. Não se lê da mesma forma, por exemplo, um editorial e uma crônica, embora os dois possam estar inseridos em uma mesma comunidade discursiva e tenham objetivos similares.

A partir do momento em que o texto assume a identidade genérica de editorial, estabelece critérios a partir dos quais pode ser avaliado e por meio dos quais pode reivindicar parâmetros de compreensão, amparado nos rituais sociolinguageiros que lhe são pertinentes. Por exemplo, o editorial pode abrir mão de certas restrições na abordagem da informação que a notícia não pode ignorar, pois situa-se no âmbito dos gêneros opinativos do jornalismo. Nesse sentido, a ele é facultado o direito de apreciar e interpretar os fatos, emitindo sobre eles juízos de valor coerentes com a política editorial da instituição jornalística.

Além disso, mesmo identificado como exemplar dos gêneros opinativos do jornalismo, ele não se propõe a veicular uma opinião “pessoal”, no sentido de que não manifesta, formalmente, o pensamento individualizado de seu autor, mas expõe uma visão institucional sobre determinado tema. Como enfatiza Beltrão (1980, p. 52), “no editorial, a nota dominante é a *impersonalidade*”. Esse aspecto promove certa autoridade e certo distanciamento do autor, o que faria supor, em princípio, que o discurso se origina de uma voz mais propensa à imparcialidade, à isenção e à neutralidade. A ausência da assinatura e o uso da terceira pessoa ou da primeira

pessoa do plural são, para o autor, marcas exteriores dessa impersonalidade. Para ele, tais marcas conferem aos conceitos expostos nesse texto maior autoridade.

Outra característica essencial do editorial, para Beltrão (1980), é a topicalidade, ou seja, o texto deve versar sobre tema latente na vida social, no momento de sua formulação. Para isso, precisa demonstrar senso de oportunidade, de modo a perceber os movimentos e acontecimentos sobre os quais o leitor precisa de esclarecimentos e a respeito dos quais é possível opinar. O editorial funciona como um intérprete da realidade. A atualidade de sua publicação deve ser percebida pelo leitor.

A condensabilidade e a plasticidade são outros atributos que orientam a redação do editorial, de acordo com Beltrão (1980). Para ele, esse gênero deve abordar uma ideia central, de forma concisa, com linguagem simples e direta, além de incisiva. Ademais, deve ser flexível, evitando dogmatismos:

Os jornalistas orientam à base da irracionalidade dos fatos; a sua opinião decorre do exame do perturbador e constante cambiar da atualidade. E se as circunstâncias se alteram, se aspectos ou conseqüências secundárias de determinado sucesso bruscamente atuam como um relativo químico na situação apreciada, provocando o surgimento de um novo quadro – eles têm o dever de retificar as posições anteriormente assumidas (BELTRÃO, 1980, p.54).

Mas, como adverte esse autor, reformulações de julgamento e mudanças de pontos de vista, em função de situações novas ou em virtude da conveniência da própria empresa, decepcionam o público, podendo levar o jornalista ou a própria organização – no caso do editorial – ao descrédito. Talvez em função disso o gênero editorial, principalmente considerando-se a realidade brasileira, manifeste certo controle em relação ao posicionamento, de modo a preservar a instituição da dinâmica que rege a opinião na sociedade, sujeita a mutações vertiginosas e abruptas. De qualquer modo, a plasticidade deve ser uma marca do editorial, pois, se não se aceita confessar o erro, deve-se “procurar em outra parte as escoras para a sua ‘verdade’” (BELTRÃO, 1980, p.55)

Considerando-se, portanto, a organização retórica e o respeito às restrições genéricas impostas ao gênero editorial, como impessoalidade, a topicalidade, a condensabilidade e a plasticidade, os enunciados analisados não poderiam ser categorizados em outro gênero que não o editorial. Está claro, desse modo, que, ao se manifestarem por meio dessa personalidade retórica, pretendem ser

interpretados a partir de uma matriz semântica de neutralidade, de isenção e de imparcialidade. Informam ainda que seus enunciadores não atuam na esfera política, estando, portanto, autorizados a emitir opiniões despidas de interesses individuais ou partidários. Convidam, dessa forma, o leitor a participar de suas reflexões em outra arena, que não a esfera da política, onde se dá, institucionalmente, o embate eleitoral. Assim, a mídia constitui, ou legitima, para si um espaço que nega qualquer tipo de intervenção, engajamento ou alinhamento político. Dissimula, portanto, sua atuação.

Vale ratificar que, ao adotarem a forma de editorial, os discursos asseguram a seus enunciadores uma voz privilegiada na arena, uma vez que fazem supor que tais falas não se circunscrevem a uma formação discursiva partidária. “*Tomar partido*”, como enfatiza OESP, não tem, para o enunciador, o mesmo sentido de “*se comportar como um partido político*”, ou ser partidário, abrindo mão da esperada imparcialidade, como sugerido na fala do presidente Lula, relatada no texto. A própria justificativa de OESP funciona como uma espécie de confissão de culpa. O discurso antecipa-se ao leitor, dirimindo possíveis questionamentos que sua atuação pudesse suscitar e comprometendo-se a respeitar o contrato de leitura implícito nesse espaço discursivo.

A legitimidade conferida pelo editorial ao enunciador é fundamentada na própria constituição desse gênero. O fato de que apresenta a opinião institucional confere ao discurso, nesse gênero, condições de produção diversas do que se verifica nos demais gêneros opinativos. Não teria o mesmo efeito de sentido, portanto, declarar apoio político em outro espaço, ainda que opinativo. Seria sempre uma opinião individual, pessoal, parcial. Aliás, a partidarização da mídia, já bastante estudada, normalmente tem se visibilizado em gêneros como as reportagens, os artigos, as colunas e as capas, por exemplo. A inovação, no caso, consiste justamente no fato de que “*tomar partido*”, ou “*se comportar como partido*” ou seguir uma tendência da “*mídia mais desenvolvida do mundo*” seja uma postura do editorial.

Enquanto gênero, portanto, o editorial delimita um espaço de aparente neutralidade para a opinião. Como explica Melo:

Nas sociedades capitalistas, o editorial reflete não exatamente a opinião de seus proprietários nominais, mas o consenso das opiniões que emanam de diferentes núcleos que participam da

propriedade da organização. Além dos acionistas majoritários, há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os cofres da organização através da compra de espaço, além de braços do aparelho burocrático do Estado que exerce grande influência sobre o processo jornalístico pelos controles que exerce no âmbito fiscal, previdenciário, financeiro (2003, p. 103-104).

Como espaço de contradições, esse gênero busca continuamente conciliar os mais diversos interesses em disputa, apresentando-se como a síntese dessas forças em constante concorrência, aproximando-as, legitimando-as, simulando certa estabilidade, neutralizando as tensões. Enquanto porta-voz da instituição jornalística, o editorial busca também, em grande medida, alimentar o diálogo com o poder público. Mas, como observa Melo:

Não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um trabalho de “coação” ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam (2003, p. 105).

Investido de tal poder, o editorial se materializa como uma voz autorizada, em defesa de interesses específicos, mas não necessariamente explícitos, em vista dos quais constrói o seu discurso e se inscreve no debate político. Mas, como não o faz do campo da política, em tese, não se partidariza. Por isso se defende que o editorial, nos discursos analisados, não pode ser tomado exclusivamente para a reconstituição da cena genérica. O que se observa, no caso, é que o texto apresentado funciona como um simulacro. Ou seja, o editorial não se manifesta, nesses discursos, como gênero, mas como cenografia.

E essa afirmação, vale frisar, não se pode justificar com base na observação da organização retórica do enunciado. Não é o estatuto genérico que está na base da análise, mas o funcionamento discursivo do enunciado. Ao declarar apoio político, o editorial inscreve sua posição numa zona perigosa, que pode pôr em xeque o status da voz autorizada que representa. É preciso, portanto, se apresentar como voz alheia ao campo político, uma voz que não se prende a um lado da questão, mas que fala do alto, e que se impõe sobre os campos e sobre as forças em disputa.

Não há, desse modo, nos enunciados analisados, qualquer traço que possa corroborar a afirmação de que não se está lidando com o gênero editorial. A marca

genérica dos textos está preservada e as condições materiais de apresentação corroboram tal filiação. De nada vale, portanto, compará-los com outros exemplares, pois eles respeitam os padrões canônicos desse gênero. Como simulacros, insistem em reafirmar esse estatuto genérico e em rechaçar qualquer interpretação que os associe a outra identidade genérica. Ademais, apegam-se ao formato, como forma de validar sua pertença, dissimulando seus motivos e suas funções, num jogo de cenas e de representações.

O cerne da questão está, portanto, na cenografia. O editorial, nesses discursos, é a própria cenografia. A recorrência a essa personalidade genérica se dá justamente como forma de impor legitimidade a um dizer que não seria possível legitimar de outra esfera discursiva. Fora do espaço editorial, a demarcação de posição na disputa eleitoral não teria a mesma força, o que pode ser verificado, por exemplo, nas análises das eleições de 2006, anteriormente referidas. A vitória de Lula naquele pleito, contrariando a opinião quase massiva dos veículos da grande mídia, ocorre, a despeito da visível partidização dos meios de comunicação, e mesmo considerando que a opinião tenha “contaminado” toda a cobertura das eleições, como observado por Jakobsen (2006) e, convenientemente, tenha praticamente desaparecido da esfera editorial. No caso aqui investigado, portanto, o editorial não se manifesta como cena genérica, mas como cenografia.

Evento semelhante é descrito por Maingueneau (2008a), ao investigar a cenografia em textos religiosos. Para o autor, as dez primeiras Provinciais de Pascal, que, do ponto de vista genérico, são apontadas por ele como libelos jansenistas, inscritos em uma controvérsia religiosa, apresentam-se, de fato, com a cenografia de carta. Como explica:

Esses libelos não se apresentam como tais, mas como uma série de “cartas” dirigidas sucessivamente a um amigo na província. Aqui, a cena epistolar não é uma cena genérica, mas uma cenografia construída pelo texto, a cena de fala da qual o texto pretende originar-se (p. 117).

O argumento de que o editorial, nos discursos analisados, é, de fato, uma cenografia pode ser melhor compreendido quando se observa a questão com o foco na função, ou no propósito. Os enunciados dos dois veículos parecem bastante emblemáticos de discursos arquetípicos das posições político-ideológicas que determinam suas condições de produção. Enquanto OESP propõe um discurso de

acusação, CC, contrariamente, promove um discurso de defesa. Tais orientações articulam-se, reciprocamente, com as formações discursivas às quais estão sujeitos esses discursos, associadas, na esfera política, ao que se convencionou chamar de oposição e de situação, planos nos quais se articulam as candidaturas em disputa.

O texto de CC, assinado pelo Diretor de Redação, Mino Carta, constrói explicitamente um discurso de adesão à candidata do PT, Dilma Rousseff. Utilizando-se da primeira pessoa e, eventualmente, adotando o nome jurídico – **Carta Capital** –, o texto aponta as razões pelas quais apoia a candidatura de Dilma, dentre as quais a defesa da democracia, a luta contra a ditadura e a aprovação do Governo em exercício, liderado pelo presidente Lula. Define, assim, um lugar de fala localizado no campo da situação, e defende a continuidade desse grupo político no governo e, implicitamente, o repúdio ao retorno da oposição, associada, nesse discurso, aos grupos políticos conservadores, responsáveis, inclusive, pela ditadura militar, episódio recente da história do Brasil, resgatado nesse discurso.

A justificativa pelo posicionamento também se estende à candidata e às características que a qualificariam para o cargo, evocadas no texto, como “*a competência, a seriedade, a personalidade e a lealdade a Lula daquela que viria a ser candidata*”, referidas no texto como “*inegáveis qualidades*”. Além disso, a menção ao presidente é recorrente, bem como a seu governo, sobre o qual são enfatizadas críticas anteriormente formuladas pela revista, mas ressalvadas pela definição de sua gestão como “*de um governo vitorioso e do governante mais popular da história do Brasil.*”

Lula, no contexto eleitoral de 2010, aparece com um protagonismo incomparável. Na arena discursiva que a mídia edifica, a disputa se dá, de fato, entre a candidata de Lula e o adversário de Lula. Esse expressivo ator do campo político personifica a síntese do novo modelo de gestão, inaugurado em seu primeiro governo, de 2003 a 2006 e consolidado no segundo mandato, de 2007 a 2010. Lula representa, simbolicamente, na cena política nacional, a expressão da ascensão dos grupos originariamente de esquerda ao poder, fenômeno em curso especialmente na América Latina.

O protagonismo de Lula no embate eleitoral é visível também no discurso de OESP, que, diferentemente de CC, constrói um discurso de repúdio ao governo e ao líder do PT, a quem atribui o fracasso da gestão em curso. Utilizando-se da terceira pessoa e, eventualmente, autodenominando-se de “O **Estado**”, o discurso

orienta-se para o ataque direto à figura do presidente e de seu partido, a quem define como “facção”, da qual Lula seria o “chefão”. De forma semelhante a CC, no entanto, o discurso de OESP inicia pela defesa dos “*valores essenciais ao aprimoramento se não à própria sobrevivência da democracia neste país*”, postos em jogo, segundo o texto, na disputa eleitoral. O texto não é assinado e, na conclusão, ratifica seu objetivo, explícito no título, de evitar “o *mal*” para o país, encarnado no “*mau exemplo*” do presidente Lula.

Percebe-se claramente a definição de dois centros de referência: a democracia e o campo da mídia. As cenografias em que se materializam os dois discursos constroem suas bases na definição de um cenário em que estaria em jogo a preservação da democracia e de seus valores essenciais, bem como o fortalecimento do campo da mídia e sua preservação como agente político. A defesa do campo da mídia, nesse caso, manifesta-se como forma de assegurar sua autonomia, ratificada na preservação da liberdade de expressão, e consolidar seu fechamento. Nesse sentido, observa-se um movimento contínuo dos dois discursos em justificar sua postura, ratificando o imperativo de tomar posição, no contexto em questão, e, ao mesmo tempo, justificar suas escolhas. Recorrem, para tanto, às regras internas do campo do qual participam, num jogo de forças para promover a transformação do próprio campo e, paralelamente, para garantir o fechamento de campo, demarcando suas fronteiras.

Do ponto de vista do funcionamento, no entanto, esses textos atuam discursivamente como panfletos políticos e, como tal, servem aos propósitos do campo político, onde, institucionalmente, se efetiva a disputa eleitoral. Isso se pode asseverar justamente em função do valor pragmático desses enunciados, no dizer de Maingueneau (2002), ou seja, considerando-se os atos que pretendem realizar por meio de sua enunciação. Ao funcionarem discursivamente como panfletos, seguem o rito genérico a ele exigido. Apresentam, pois, uma voz enunciante engajada, comprometida com a posição política defendida, não neutra, não imparcial.

3.2.3 Nos bastidores da cena: o panfleto

Como dito anteriormente, não é simplesmente por meio da organização retórica ou da forma de apresentação do texto no suporte jornalístico que se pode determinar sua identificação genérica. A tese aqui defendida jamais poderia ser validada com base nesses critérios. Aliás, mesmo considerando as condições de êxito de um gênero propostas por Maingueneau (2002), os enunciados apresentados seriam categorizados como editoriais. Eles apresentam uma finalidade reconhecida, associada à sua filiação na categoria dos gêneros opinativos do jornalismo. Também respeitam o estatuto de parceiros legítimos, manifestando-se como as vozes institucionais dirigidas a seus leitores e possibilitando que tais coenunciadores se suponham inscritos no diálogo que propõem. E constroem seus dizeres tendo em vista o lugar e o momento legítimos, ou seja, manifestam-se no espaço institucional a eles constitutivamente destinados e respeitam os critérios de atualidade e o senso de oportunidade a eles exigidos. Ademais, apresentam-se em um suporte material, no caso o jornal e a revista, com potencial para circular posteriormente por outras mídias. E, enfim, respeitam uma organização textual canônica desse gênero opinativo do jornalismo.

Afirmar, portanto, que atuam discursivamente como panfletos, implica considerar o respeito a tais condições como estratégia de simulação. Isso requer que se analise a finalidade para além dos limites de sua inscrição no campo jornalístico e se considere as motivações políticas do texto, em função da realidade social em que se fundamentam. Além disso, exige que se observe os coenunciadores como cidadãos engajados num complexo processo de sucessão eleitoral, provavelmente o mais acirrado na história da recente democracia brasileira. Impõe ainda que se avalie o papel dos veículos de comunicação como espaços de manifestação da arena política, e não como meros suportes materiais, desconectados da realidade histórica.

Nessa perspectiva, considera-se que o fator condicionante para descortinar o objeto está na base da compreensão do conceito de mídiun proposto por Maingueneau (2002, p. 71-72). Para esse autor:

Hoje, estamos cada vez mais conscientes de que o mídiu não é um simples “meio” de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer. O mídiu não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do mídiu modifica o conjunto de um gênero de discurso.

O suporte de comunicação, nesse sentido, faz parte de um complexo dispositivo comunicacional, o que leva o autor a afirmar que um simples deslocamento “midiológico” pode significar mutações sociais. É o que ocorre, por exemplo, no âmbito da política, com a passagem da arena eleitoral da praça pública para o rádio, a televisão e as redes sociais. Cada um desses deslocamentos traz para o gênero discurso político, e para o campo da política, sensíveis modificações, que afetam tanto o estatuto genérico dos textos envolvidos quanto a organização do próprio campo. Como esclarece Maingueneau (2002, p. 73), “as modificações das condições ‘materiais’ da comunicação política transformaram radicalmente os ‘conteúdos’ e as maneiras de dizer, a própria natureza do que se chama ‘discurso político’ e ‘política’.”

A mídiatização da política, descrita neste estudo, possibilita, dentre outras coisas, consignar a atores do campo da mídi a um direito de fala privilegiado sobre o campo da política e seus representantes. Assim como o cidadão comum, que tem assegurado o direito de “xingar” o político corrupto nas redes sociais, por exemplo, sem, com isso, infringir as regras de polidez tacitamente acordadas nesse ambiente, a grande mídi a cada vez mais assume papéis que, em outros contextos, extrapolariam seu campo de atuação, da mesma forma que, em contrapartida, a cena política se organiza cada vez mais em função do mundo da mídi a e da cultura por ela legitimada.

Exemplo clássico dessa exacerbação do discurso da mídi a sobre a política é a linha editorial da revista **Veja**, notadamente as capas do período eleitoral. Nas eleições de 2006, por exemplo, a revista coloca em suspensão as regras de polidez e afronta diretamente o Presidente da República, mostrando uma posição de agressividade jamais vista, mesmo considerando-se o fim da era Collor.



Figura 1 – Construção da imagem de Lula nas capas da revista *Veja*

Nessas e em muitas outras capas, a revista *Veja* constrói um discurso de repúdio ao presidente Lula e ao seu governo. Num jogo de imagens nada sutil, as capas de *Veja* promovem, dentre outras estratégias, a comparação de Lula com o presidente deposto pelo Congresso e pela opinião pública, capitaneada pela mídia. Promove ainda sua identificação como líder de uma quadrilha, em alusão ao clássico *Ali Babá e os quarenta ladrões*, e explicita a previsão do fim de seu governo, com a imagem de Serra como substituto, discurso também marcado pela famosa capa do “pé na bunda”, denotando a eventual derrota de Lula. Em todos esses casos, é claro o alinhamento ideológico do veículo de comunicação, mas, considerando-se que o gênero capa tem por finalidade atrair o leitor, sintetizando, com liberdade estética, o conteúdo da edição, seu caráter panfletário é bem menos significativo do que no caso do editorial.

É importante ratificar, entretanto, que não é, especificamente, do teor panfletário do texto jornalístico que este estudo trata. Na verdade, o que se defende é que o editorial, nos casos analisados, funciona, de fato, como um panfleto político, que não se apresenta com sua identidade genérica, mas com a identidade genérica de editorial. E, ao encenar a cenografia do editorial, adequa-se às condições de êxito a ele impostas. De todo modo, ainda que travestido de editorial, funciona discursivamente como panfleto. Realiza-se, por meio desse gênero, uma forma

diferente de militância, que não se dá explicitamente no campo da política, e que não se limita à participação da mídia no debate político. A militância editorial que se verifica pressupõe uma dissimulação que só é possível, considerando a realidade política brasileira, graças à similitude que esses dois gêneros apresentam quanto às suas condições de êxito. O quadro 1 sintetiza tal similaridade.

CONDIÇÕES DE ÊXITO	EDITORIAL	PANFLETO POLÍTICO
Uma finalidade reconhecida	Divulgar opinião e alcançar hegemonia como agente do campo jornalístico	Divulgar opinião, conquistar adesão e influenciar o voto e a hegemonia política.
O estatuto de parceiros legítimos	“Eu” institucional da empresa jornalística ↔ (e)leitor modelo do editorial	Candidato/militante ↔ eleitor
Lugar	Espaço editorial do jornalismo; mídias	Arena política; mídias
Momento	Atualidade	Eleições
Suporte	Jornal, revista...	Folheto
Organização textual	Variável, plástica	Variável, plástica

Quadro 1 - Condições de êxito dos gêneros editorial e panfleto

Percebe-se sutil diferença nos regimes de enunciabilidade dos dois gêneros, quando postos em funcionamento no âmbito do jornalismo, no caso aqui estudado. Ao apresentarem opiniões acerca dos candidatos e do governo em exercício e, mais especificamente, ao explicitarem o apoio político a um dos atores em disputa, os enunciadores apresentam para o (e)leitor, de um lugar aparentemente neutro, razões para também apostar no mesmo projeto. A descrição do cenário político proposta por cada um desses enunciadores, entretanto, não é despreziosa. A postura contundente que adotam também revela o caráter panfletário dos discursos.

Assim, a militância editorial que se verifica marca, efetivamente, o fenômeno de simulação de panfleto em editorial, o que se pode avaliar melhor quando se observam os modos de inscrição dos enunciadores na cena enunciativa, ou seja, quando se avalia o ethos discursivo construído por cada um dos enunciadores para formular sua adesão e conquistar não somente a hegemonia no campo do jornalismo, mas, principalmente, o voto em seu candidato, e a consequente hegemonia política.

4 IMAGENS EM CENA: A CONSTRUÇÃO DO ETHOS

Para compreender como se institui o quadro cênico de um discurso e como a enunciação constrói a cenografia por meio da qual confere legitimidade a seu enunciado e, reciprocamente, é legitimada por ele, é necessário considerar que toda fala deriva de uma voz. Todo enunciado, como assevera Maingueneau (2005), procede de um enunciador encarnado, situado para além do texto. Para ele, esse enunciador não pode se caracterizar apenas como um estatuto ou um papel desempenhado por uma instância subjetiva, mas se manifesta como uma voz, como um corpo enunciante, inscrito de tal forma em sua enunciação que, ao tempo em que é pressuposto por ela, também a valida.

Amossy (2005) argumenta que, ao tomar a palavra, o locutor realiza, deliberadamente ou não, uma apresentação de si, que se realiza, frequentemente, à revelia dos parceiros, nas interações verbais mais corriqueiras e mais pessoais, não se limitando a um mero artifício, uma técnica apreendida e colocada a serviço da argumentação. A construção dessa imagem de si caracteriza o ethos discursivo. Como explica a autora, a noção de ethos, para os antigos, estava atrelada à imagem de si construída de modo a assegurar que o empreendimento oratório pudesse ser bem sucedido, garantindo a persuasão. A imagem construída, sincera ou não, deveria, segundo eles, incluir os traços de caráter necessários para causar boa impressão ao auditório.

Estava em jogo, para eles, a eficácia do discurso. Daí porque Maingueneau (2008a) afirma que o objetivo de Aristóteles é propor uma *techné*, ou seja, um método de instrução para determinados tipos de indivíduos, com o qual pudessem causar boa impressão pela argumentação, conquistando confiança e convencendo o auditório. Como pontua Maingueneau (2008a), o vocábulo ethos, na retórica Aristotélica, não tem valor unívoco, prestando-se a múltiplos investimentos semânticos e originando dúvidas e debates. Miller (2009) – estudando o ethos aristotélico na teoria de gênero, por meio da perspectiva da Nova Retórica – também observa a ambivalência desse conceito, ao afirmar que o termo ethos, na abordagem aristotélica, tem tanto um valor normativo quanto descritivo, e que tais aspectos são, nesse enfoque, entrelaçados.

É importante salientar o lugar privilegiado da oralidade na cultura grega em que Aristóteles formulou sua teoria. Desse modo, é válido ratificar que a noção aristotélica de ethos, bem como os outros elementos a ela associados, vincula-se essencialmente à argumentação oral. A desatenção a esse aspecto provavelmente esteja na base de muita confusão em relação a tal conceito no mundo acadêmico contemporâneo. Ademais, é necessário compreender que o conceito de ethos está, na perspectiva aristotélica, profundamente vinculado à persuasão, e, desse modo, mais ancorado nos conceitos de pathos e logos, o que não se verifica na abordagem discursiva do ethos.

Tendo em vista o controle da performance do orador diante do público, a retórica aristotélica fundamenta-se essencialmente no uso de estratégias de argumentação, as chamadas provas artísticas, elaboradas com a finalidade exclusiva de persuadir o auditório. Para tanto, o autor propõe três meios: o ethos – derivado do caráter moral do orador; o pathos – relacionado às emoções despertadas pelo orador nos ouvintes; e o logos – associado aos argumentos verdadeiros e prováveis, ou seja, ao que o discurso demonstra ser ou aparenta ser (ARISTÓTELES, 2005). Tais elementos são tratados pelo filósofo grego como “provas de persuasão fornecidas pelo discurso” (p. 96).

Para ele, quando a produção do discurso permite inferir que seu enunciador é digno de fé, ocorre a persuasão pelo caráter, ou pelo ethos. As provas fornecidas pelo discurso estão, dessa forma, associadas às qualidades perceptíveis do orador, uma vez que o ouvinte tende a acreditar mais e mais rapidamente nas pessoas que considera honestas. Tal presunção, para caracterizar o ethos, segundo ele, deve ser um efeito do discurso, e não uma concepção prévia sobre o caráter moral do orador. Esse conceito de ethos está na base da proposta retórica do autor. Como explica, “quase se poderia dizer que o carácter é o principal meio de persuasão” (ARISTÓTELES, 2005, p. 96).

Quanto ao pathos, o autor afirma que a persuasão ocorre por meio dele quando se provoca a emoção nos ouvintes pelo discurso. Criticando os autores da arte retórica de seu tempo por centrarem a argumentação apenas nesse elemento, Aristóteles (2005) afirma que os juízos formulados acerca de um discurso podem variar, conforme desperte tristeza ou alegria, amor ou ódio no auditório. Já a persuasão pelo logos, para ele, ocorre quando o conteúdo expresso pelo discurso é verdadeiro ou aparenta ser verdadeiro. Como explica o autor, sua retórica não se

caracteriza como uma ciência que se ocupe de um assunto específico, mas como recurso para prover razões para os argumentos.

Percebe-se, na perspectiva aristotélica, a precedência do argumento sobre a razão. A suspeição que se verifica em relação à noção de *ethos* originária dessa tradição retórica, para Maingueneau (2008a), reside justamente no fato de este conceito implicar inversão na hierarquia moral estabelecida entre o sensível e o inteligível, bem como entre o ser e o parecer. O *ethos*, ou os “costumes”, na retórica aristotélica, tem, em sua avaliação, prevalência sobre o *logos*, ou os argumentos propriamente ditos. Ademais, como pondera o autor, na tradição retórica, a noção de *ethos* associa-se tanto a uma espécie de prova de caráter, uma vez que, para Aristóteles, o enunciador precisa mostra-se digno de fé, quanto a disposições estabilizadas de acordo com dois pontos de vista complementares: o ponto de vista político e o ponto de vista da idade e da fortuna.

Nessa segunda perspectiva do *ethos* aristotélico, segundo Maingueneau (2008a), a argumentação do orador deve estar alinhada com as convicções políticas de seu auditório, garantindo a identificação com o ponto de vista político esperado por ele. Além disso, o orador deve considerar, levando em conta o ponto de vista da idade e da fortuna, os traços de caráter do auditório, em função da faixa etária e do nível social predominantes. A partir do conhecimento do auditório, o orador poderá construir uma imagem de si com a qual seja possível suscitar as diferentes paixões que considere capazes de criar identidade com o público. A persuasão, dessa forma, ocorre se o auditório reconhecer no orador um *ethos* com o qual se identifique, em quem reconheça as mesmas virtudes que ele próprio possui.

A noção de *ethos* proposta por Maingueneau (2008c) difere consideravelmente da proposta aristotélica. Ele identifica algumas dificuldades ligadas a essa abordagem. Inicialmente, argumenta que, embora o *ethos* esteja intrinsecamente ligado à enunciação, uma representação do enunciador é construída pelo público antes mesmo que ele tome a palavra. A isso, denomina de *ethos* pré-discursivo. Outra dificuldade descrita por Maingueneau (2008c) diz respeito à interferência de fenômenos das mais variadas ordens, como o registro da língua utilizado, a seleção vocabular, o ritmo e a modulação, dentre outros, que também interagem na elaboração do *ethos*.

Outro problema relativo à noção tradicional de *ethos* apontado pelo autor diz respeito à interferência de elementos contingentes ao ato de comunicação –

relacionados, por exemplo, ao vestuário do locutor, ao gestual e a aspectos do cenário –, que, mesmo não compondo o material propriamente verbal do enunciado, influenciam na construção do ethos pelo destinatário. Além disso, como acrescenta, os pontos de vista do locutor e do destinatário podem dar origem à construção de ethé bem diversos. Como explica o autor: “o ethos visado não é necessariamente o ethos produzido” (MAINGUENEAU, 2008c, p. 16).

De fato, a intencionalidade do enunciador não pode, por si só, determinar a imagem efetivamente projetada e incorporada pelos coenunciadores. Como explica Amossy (2005), a apresentação de si está sujeita aos papéis sociais e à situação de comunicação, uma vez que não pode ser dissociada da influência mútua que os parceiros buscam exercer uns sobre os outros nas trocas verbais. Por isso, como complementa a autora, a imagem de si no discurso supera imensamente a intencionalidade do sujeito enunciante.

Uma última ressalva feita por Maingueneau (2008c) à noção de ethos diz respeito ao amplo leque de variação que esse conceito pode sofrer, conforme seja a abordagem que se faça dele, o que o torna um conceito bastante volátil. Desse modo, o ethos pode ser concebido como mais ou menos abstrato, mais ou menos visível, mais ou menos convencional, conforme seja a dimensão que se valorize em sua percepção. Essa instabilidade torna ainda mais problemática a abordagem da noção de ethos.

4.1 Agente fiador: o campo como garantia de isenção

Argumentando que o discurso não é o simples resultado de associação eventual entre fundo e forma, mas que se caracteriza como um acontecimento inscrito em uma configuração sócio-histórica, Maingueneau (2005) defende que não se pode separar a organização dos conteúdos de um discurso do modo de legitimação de sua cena discursiva. Para ele, essa legitimação se dá, em grande medida, por meio da identificação do leitor com essa imagem que o discurso projeta. Como explica o autor:

O poder de persuasão de um discurso decorre em boa medida do fato de que leva o leitor a identificar-se com a movimentação de um corpo investido de valores historicamente especificados. A qualidade do ethos remete, com efeito, à figura desse “fiador” que, mediante sua fala, se dá uma identidade compatível com o mundo que se supõe que ele faz surgir em seu enunciado (MAINGUENEAU, 2005, p. 73).

Nesse sentido, Maingueneau (2008c) propõe-se a trabalhar o conceito de ethos no quadro da análise do discurso, considerando, a despeito das divergências anteriormente expostas, princípios mínimos de concordância com a abordagem da retórica aristotélica. O primeiro deles refere-se ao fato de que o ethos, enquanto noção discursiva, não pode ser compreendido como uma imagem exterior à fala do locutor. O autor concorda ainda com o fato de que o ethos é um processo essencialmente interativo de influência sobre o outro. E, finalmente, argumenta que o ethos não pode ser identificado fora de uma situação de comunicação específica, uma vez que se trata de uma noção sociodiscursiva, portanto, híbrida, instaurada numa conjuntura sócio-histórica particular.

Percebe-se, nesse ponto, clara afinidade com a avaliação de Miller (2009). Considerando a perspectiva dos estudos de gênero da nova retórica, ela argumenta que Aristóteles avançou consideravelmente os estudos da retórica, ao propor o ethos como “um fenômeno integral à ação retórica, e não como um epifenômeno” (p. 144). Além disso, o mestre grego demonstrou, na sua concepção de ethos, que a avaliação do caráter de alguém ultrapassa o mero reconhecimento de sua reputação, mas se constrói, de fato, no curso da interação. É no espaço simbólico instaurado pelas trocas verbais efetivas que se constrói o ethos.

Outro aspecto em comum com a perspectiva aqui adotada é a observação da autora de que, para Aristóteles, o esforço de construção do ethos precisa ser ocultado, para garantir sua eficácia e assegurar que a imagem projetada não seja tomada como artifício ou como efeito de simulação. Embora, na construção do ethos, o enunciador possa ser evidenciado por informações explicitadas no texto – como o nome, estado civil, pseudônimos ou alguma característica física, dentre outros atributos, ou mesmo por informações factuais, podendo ser dito ou mostrado – a eficácia do ethos, para Maingueneau (2008a), “tem a ver com o fato de que ele envolve de alguma forma a enunciação, sem estar explicitado no enunciado” (p. 59). Desse modo, como advoga o autor, ele deve permanecer no segundo plano da enunciação e, mesmo podendo ser percebido, não deve ser objeto do discurso.

Um ponto bastante emblemático na construção do conceito de ethos de Maingueneau (2005) é o fato de que, para ele, qualquer discurso, seja oral ou escrito, implica uma vocalidade específica, possibilitando, por meio de um tom, associá-lo a uma fonte enunciativa. Essa proposta, além de ampliar o universo de abordagem do conceito, expandindo sua utilização para textos escritos, inclui a possibilidade de trabalhar essa noção em textos não argumentativos, diferentemente do que se observa na tradição aristotélica.

O ethos, nesse sentido, constitui-se como uma espécie de avatar – termo derivado da tradição hindu para representar a encarnação de divindades em humanos ou animais. Na cultura indiana, a personificação de entidades sobrenaturais gera esse ser com identidade sagrada e forma corporal humana. Mas, embora o corpo seja humano, nessa tradição, ele é parte do ser transcendental que a divindade representa. Por isso, o corpo do avatar personifica a tradução da essência espiritual que abriga. Assim, o avatar corporifica a figura do Deus encarnado e, ao mesmo tempo em que revela a identidade antropomórfica da divindade, manifesta a face sagrada da matéria humana.

Na cultura do ciberespaço, o avatar representa uma imagem do internauta, projetada por ele na forma de um cibercorpo. O objetivo é criar uma personalidade com a qual o enunciador propõe uma leitura de si. Para tanto, atribui a um corpo virtual traços físicos, vestimentas e acessórios por meio dos quais compõe uma imagem compatível com a identidade social que deseja construir para si e que poderá suscitar a adesão dos coenunciadores. O avatar, nessa prática, representa mais do que uma simples representação visual do internauta. Ele ganha forma e movimento e se inscreve no discurso como uma corporalidade, à qual se podem associar traços do caráter projetados pelo enunciador.

Como observa Miller (2009), em muitas situações de comunicação mediada pelo computador, é efetivamente com o avatar que a interação se realiza, assim como é com o ethos que o destinatário, de fato, constrói sua interação. O coenunciador, nessas situações, dá ao avatar o status de parceiro, atribuindo a ele o poder de interlocução. Apesar de reconhecer que essa figura é apenas um efeito de discurso, dá a ela um papel agetivo, como se, de fato, estivesse lidando com um ser humano. E, em um outro movimento, atribui ao parceiro efetivo características que são, na realidade, inerentes à personalidade discursiva do próprio avatar, ou, em outras palavras, do ethos.

Como assevera Maingueneau (2008a), ao explicar o processo de construção do ethos, “o destinatário atribui a um locutor inscrito no mundo extradiscursivo traços que são em realidade intradiscursivos, já que são associados a uma forma de dizer” (p. 59). Além desses traços, intervêm dados que extrapolam a fala propriamente dita, como mímicas e vestimentas. É, portanto, com o referencial apresentado pelo discurso que o leitor constrói a imagem do enunciador, e é a partir das representações que os parceiros constroem uns dos outros e das estratégias discursivas utilizadas pelo locutor, que ele conduz o discurso, de modo a propor identidade com o interlocutor.

Embora esteja entrando em desuso, essa estratégia de apresentação de si sintetizada na figura do avatar ilustra de forma bastante eficaz o conceito de ethos discursivo proposto por Maingueneau (2002, 2005, 2006, 2008a, 2008b, 2008c). Isso porque a figura do avatar representa, mais do que um simples espelho, no qual se projeta a imagem do locutor efetivo, uma instância subjetiva que se constrói discursivamente e com a qual o interlocutor efetivamente interage. Nesse sentido, a proposição de um avatar, nas redes sociais, assemelha-se ao fenômeno observado por Miller (2009), ao estudar a agência nos sistemas computacionais.

Analisando o comportamento das pessoas em situações de interação ser humano-computador, nas quais a comunicação se dá com uma interface tecnológica, a autora avalia que, em tais situações, as próprias tecnologias são capazes de produzir ethos, ou, em um outro movimento, os usuários lhes atribuem um ethos, cujo caráter deve se alinhar aos valores e ideais produzidos pela cultura dos usuários desses sistemas de computação. Miller (2009) associa o termo ethos à agência, identificando-o como uma energia no interior da *performance* do agente em interação, produzida num processo de atribuição mútua. A autora advoga que, somente por meio da interação, a energia da agência é retoricamente funcional: “há pelo menos dois sujeitos dentro de uma situação retórica, e é da interação entre eles, através das atribuições que eles fazem uns sobre os outros e do que entendem que cada um está fazendo, que podemos chamar de agência” (MILLER, 2009, p. 193).

Associada tanto à capacidade retórica como ao efeito retórico, assim como o ethos, a agência, para a autora, produz o agente, uma vez que resulta de uma atribuição que não é determinada, mas construída. A agência, nessa perspectiva, é sempre um atributo conferido pelo outro. Daí o fato de que as pessoas naturalizam uma imagem personificada do agente inteligente no ambiente virtual, mesmo

conscientes de que se trata de uma máquina. Daí também a operacionalização e automatização da *expertise* nos sistemas especializados.

A *expertise* imprime autoridade e credibilidade de especialista, virtudes essenciais para a agência nos sistemas especializados, e igualmente para a construção do ethos. Tais características conferem, ainda, na comunidade discursiva na qual o enunciador se insere, legitimidade para atuar como agente daquele campo. Essa *expertise*, na teoria de gêneros, representa uma espécie de *know how* pragmático, a capacidade e autoridade especializada para agir discursivamente, operando escolhas e manejando os componentes genéricos necessários à efetivação da prática comunicativa.

Consoante Miller (2009), cada vez mais, os cientistas da computação reconhecem a importância dos efeitos da personalização dos agentes computacionais para atuarem como interactantes sociais. Para ela, é necessário que tais agentes sejam capazes de apresentar um ethos em que a possibilidade de gerar empatia e despertar confiança seja reconhecida. Esse ethos está mais associado à simpatia do que à racionalidade. Dito de outro modo, para Miller (2009), o ethos dos sistemas computacionais deve aliar-se preferencialmente ao pathos, e não ao logos.

Bazerman (2006), partindo da mesma perspectiva teórica, concebe o gênero como um meio de agência. E reafirma a natureza dinâmica, interativa e agentiva da utilização dos gêneros como valiosa estratégia de ação do homem na vida social, em um mundo marcado por constantes mudanças. Para ele, a escrita, em si, é imbuída de agência, permite tornar real um mundo social e marcar a presença do homem nesse mundo, imprimindo nele traços de sua existência, de suas condições de vida, seus pensamentos, suas ações e intenções. Permite, ainda, alcançar o outro, com vistas a compartilhar pensamentos, interagir e mesmo influenciar.

Nesse sentido, o conceito de agência aproxima-se da noção de ethos discursivo, uma vez que, como explicado anteriormente, o conceito elaborado por Maingueneau (2005) está vinculado à figura do fiador. Para ele, qualquer discurso envolve uma relação com um fiador, que o discurso faz emergir da cena enunciativa por meio de marcas textuais de ordens variadas, investido de um caráter e uma corporalidade que devem ser recuperados pelo leitor. O caráter relaciona-se às características psicológicas que compõem essa instância subjetiva do fiador. A corporalidade, por sua vez, associa-se a um controle do corpo e de seus movimentos na cena social, aprendido e executado com base em representações

sociais e estereótipos culturais nos quais a enunciação se fundamenta. O fiador é parte de um mundo ético, ao qual dá acesso, na leitura, pelas associações possíveis entre seus comportamentos e as situações estereotípicas a ele associadas. (MAINGUENEAU, 2005). Como explica esse autor:

O caráter e a corporalidade do fiador provêm de um conjunto difuso de representações sociais valorizadas ou desvalorizadas, sobre as quais se apóia a enunciação que, por sua vez, pode confirmá-las ou modificá-las. Esses estereótipos culturais circulam nos domínios mais diversos: literatura, fotos, cinema, publicidade etc. [...] Paradoxo constitutivo: é por meio de seu próprio enunciado que o fiador deve legitimar sua maneira de dizer. O reconhecimento dessa função do *ethos* permite novamente que nos afastemos de uma concepção do discurso segundo a qual os “conteúdos” dos enunciados seriam independentes da cena da enunciação que os sustenta. Na verdade, *não podemos dissociar a organização dos conteúdos e a legitimação da cena de fala* (MAINGUENEAU, 2002, p. 99).

No caso dos enunciados analisados, a construção do *ethos* não se faz como uma simples estratégia de apresentação de si, como observado por Maingueneau (2010), ao descrever o fenômeno nos *sites* de relacionamentos e associá-los a manifestações equivalentes em anúncios e textos literários e publicitários. Nesses casos,

Operam-se práticas discursivas nas quais, através da enunciação, um actante (uma marca, um escritor, um indivíduo que procura um parceiro) busca fazer destinatários aderirem a uma apresentação de si valorizadora, numa situação de competição, sem que o gênero imponha uma cenografia (MAINGUENEAU, 2010, p 81).

A apresentação de uma imagem valorizadora do enunciador, nesses casos, tem precedência sobre outras motivações. Isso porque a construção do *ethos*, nesses domínios, leva em conta o fato de que, como enfatiza o autor, o locutor precisa promover o “produto” apresentado, que, no caso, é ele próprio. O *ethos*, nesses casos, assume papel dominante, diferentemente de outras situações, como, por exemplo, no *curriculum vitae*, referido pelo autor, no qual, a despeito da necessidade que o enunciador tem de “vender-se”, o papel dominante é assumido por informações factuais, como o percurso profissional do enunciador e sua produção científica, bem como os certificados que o validam.

No caso da construção do *ethos* nos *sites* de relacionamento, Maingueneau (2010) inventaria quatro formas por meio das quais ele se manifesta: **os pseudônimos**

(“Sonhador”, “Doçura”, “Zorro”, por exemplo) – por meio dos quais os enunciadores propõem para si determinadas características ou virtudes que pretendem enaltecer para o reconhecimento do leitor, o qual correlaciona o ethos ativado pelo pseudônimo àquele ativado pelo texto; **o ethos dito**, manifesto através de informações de caráter social ou psicológico que o anunciante dá sobre si mesmo, e que será confrontado com o ethos discursivo pelo leitor – embora, como ressalva o autor, as informações de cunho factual possam também fundamentar avaliações psicológicas, amparadas nos estereótipos, já que, no mundo ético, como salienta, comportamentos e traços de caráter são inseparáveis; **o ethos mostrado**, propriamente discursivo, construído pelo leitor a partir das marcas que a enunciação permite recuperar; e **as fotos do anunciante**, por meio das quais, em associação com o ethos discursivo, com o qual pode convergir ou não, o destinatário constrói um ethos.

No lugar da cenografia, nesse ambiente, como destaca o autor, é a própria construção da imagem do enunciador que se impõe, diferentemente do que ocorre com os enunciados investigados, nos quais a apresentação dos enunciadores não precisa ser explicitamente mostrada. Até mesmo porque, por uma restrição genérica, o editorial tem autoria institucional e, mesmo quando assinado, como é o caso de CC, representa simbolicamente a voz do veículo de comunicação, e não o julgamento particular de Mino Carta, seu diretor de redação, embora possam ser coincidentes e, presumivelmente, o são. O fiador, nesse caso, a despeito da inevitável associação com a pessoa do editorialista, apresenta-se como a personalidade institucional da revista **Carta Capital** ou do jornal **O Estado de São Paulo**. Ademais, não se manifesta como uma voz individualizada, já que a personalidade empresarial se constituiu de um coletivo de pessoas, de posições ideológicas e interesses em disputa. Desse modo, a imagem de si no editorial, em princípio, é essa figura impessoal e, ao mesmo tempo, não individualizada, mas institucionalmente legitimada.

Mainqueneau (2005) adverte ainda que cada conjuntura histórica é marcada por um regime específico de *ethé* que, implicitamente, dá sustentação à enunciação dos textos produzidos em tal contexto. Os gêneros nos quais tais textos são enunciados e os *ethé* são construídos interferem também na forma como os enunciados são recebidos e incorporados pela audiência. Nesse sentido, as incorporações a que o autor se refere poderiam ser descritas como formas de atribuição de agência, como defendido por Miller (2009).

Vale ratificar que, no contexto dos enunciados analisados, a constituição do ethos está indissociavelmente atrelada ao gênero por meio do qual se apresentam. Nesse caso, a cenografia de editorial imprime ao discurso, antes mesmo que o leitor possa acessá-lo, a apresentação de um enunciadador que se manifesta como agente do campo da mídia, representante de uma instituição jornalística, dotado, portanto, de *expertise* para enunciar dessa esfera discursiva. Esse sujeito semiótico institucional evoca para si, por meio dessa estratégia, uma representação privilegiada. Invoca, acima de tudo, agência. E é justamente no caráter agentivo do ethos que se instaura a fiança necessária para enunciar desse campo.

Assim, o campo jornalístico, nesses discursos, assume papel fundamental. Isso se percebe claramente nos enunciados, quando se observa a preocupação dos discursos em construir para si uma imagem que ratifique para os coenunciadores sua identidade como agentes de tal campo e, conseqüentemente, que previna qualquer vinculação com a esfera política. Nesse sentido, os enunciadadores buscam insistentemente provar seu pertencimento ao campo jornalístico, mas o fazem de maneira diversa. OESP inscreve-se no discurso como agente em defesa do campo jornalístico contra “*a acusação do presidente da República*”, considerada “*obviamente extensiva a este jornal*”. Desse modo, ao identificar-se como membro dessa esfera discursiva, além de preservar seu lugar de fala, fortalecendo o fechamento do campo, alia-se, em seu interior, a “*quase todos os órgãos de imprensa*”. Busca, desse modo, assegurar a hegemonia no interior do campo.

Em CC, a estratégia de filiação ao campo do jornalismo segue uma via diversa. O ethos construído nesse discurso inscreve sua fala no campo aliando-se à “*mídia mais desenvolvida do mundo*”, e em oposição à “*mídia [brasileira] praticamente em peso*”. Desse modo, busca o fechamento não pela aliança com os outros membros com os quais poderia estar associada, dentre os quais OESP, mas pela recorrência a uma instância pretensamente superior e alheia ao palco no qual se desenrola a polêmica em que inscreve sua fala, ainda que inserida no mesmo domínio discursivo. Além de marcar sua filiação ao campo, também busca hegemonia, mas o faz em relação ao universo do jornalismo, e em oposição à mídia brasileira.

A preocupação dos enunciadadores em se instituírem como agentes do campo da mídia é compreendida como estratégia para abonar o discurso, assegurando ao ethos o pertencimento a uma esfera discursiva exterior ao campo da política, onde se dá, institucionalmente, o embate eleitoral sobre o qual se manifesta. O agente

fiador do campo jornalístico inscrito no debate político reitera sua filiação ao campo da mídia, invocando a *expertise* que o exercício da profissão lhe delega. Desse modo, assegura a validade de uma fala isenta, independente das forças políticas em disputa. Tal manobra permite dissimular a adesão do enunciador a um projeto e, conseqüentemente, a oposição ao projeto adversário na esfera política, preservando, desse modo, a suposta imparcialidade do suporte de comunicação.

A simulação do editorial, nesse processo, demonstra também a participação do gênero na atribuição da agência, como bem explica Bazerman:

Quando invocamos um gênero, tal como um editorial de jornal, estamos invocando não apenas um modelo de um tema oportuno, palavras avaliativas e emocionais, e recomendações políticas. Estamos invocando o papel do jornalismo e do comentário na política contemporânea, o poder cívico e econômico de um determinado jornal, a reputação pública dos seus jornalistas e a influência de seus leitores. Estamos invocando eventos nos quais participam muitos jogadores, uma topologia que evolui com o tempo e um habilidoso senso de timing necessário para o sucesso de qualquer editorial. Estamos invocando os padrões de crítica e de bom gosto dentro de uma comunidade, as atitudes correntes com respeito a figuras políticas e os temas mais polêmicos no momento. É nesse ambiente complexo que o editorial tem que agir (2006, p. 30).

Quando o leitor acessa um editorial, portanto, não somente atribui agência ao seu autor, baseado na *expertise* que a profissão lhe assegura, mas assume uma posição agentiva, por meio da qual constrói sentidos e legítimas posições. Nesse sentido, o conceito de agência, com a *expertise* que lhe é associado, dialoga com a noção de *habitus* defendida por Bourdieu (2007a), compreendido como “*princípio gerador* de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, *sistema de classificação (principium divisionis)* de tais práticas” (p. 162). O *habitus*, nessa perspectiva, se institui como estrutura estruturante – à medida que organiza as práticas e as percepções do mundo social –, e estrutura estruturada – já que se oferece como matriz de percepções e ações. As estruturas, nessa abordagem, produzem os *habitus* capazes de reproduzi-las, pela atuação de agentes especializados e dos de disposições incorporados por eles.

Nesse sentido, o *habitus*, assim como o *ethos* e a agência (com a *expertise* que assegura sua funcionalidade), funciona tanto como um conceito operacional (*modus operandi*), quanto como um categoria descritiva (*opus operatum*). Na noção de *habitus* estão implicados tanto o modelo de representação e categorização das

práticas e das percepções de mundo de um dado grupo social, em um determinado momento, como o princípio gerador de tais práticas, passíveis de serem legitimadas justamente por estarem afinadas com os esquemas de percepção constitutivos de tais grupos, nas condições sociais em que se manifestam.

O domínio do habitus permite aos agentes de determinado campo, com a competência adquirida pela interiorização de estruturas exteriores, exteriorizarem tais sistemas de disposições incorporadas. Considerando-se que o habitus é a matriz da cultura ou da competência cultural e das representações com as quais determinada cultura se realiza, o papel dos agentes é fundamental para naturalizar tais representações e para garantir o funcionamento dos campos. No caso analisado, a forma genérica de editorial permite, pela ação do agente do campo jornalístico, a objetivação de representações próprias do campo político, com base em princípios que, apesar de inerentes ao universo da política, se revestem da roupagem simbólica com a qual são recebidos como oriundos do campo da mídia. O uso de tal etiqueta genérica – nas palavras de Maingueneau (2010) –, que o enunciado recebe por estar sendo enunciado dessa esfera da produção, é prerrogativa do agente do campo da mídia. Somente ele tem a legitimidade assegurada pelo habitus, ou a agência, para produzi-lo.

4.2 Incorporando estereótipos: estratégias de engajamento

Importante lembrar que, mais do que o efeito de um trabalho de produção do discurso, a legitimação do enunciado do fiador e da cena de fala decorre também da apropriação que o destinatário faz desse ethos. A constituição dessa instância discursiva é também um processo de reconhecimento por parte do coenunciador. Esse engajamento do ouvinte ou leitor com o ethos de um discurso caracteriza o que Maingueneau (2008a) chama de incorporação. Para ele, a incorporação atua em três registros indissociáveis:

- A enunciação do texto confere uma “corporalidade” ao fiador, ela lhe dá corpo.

- O destinatário *incorpora*, assimila um conjunto de esquemas que correspondem à maneira específica de relacionar-se com o mundo habitando seu próprio corpo.
- Essas duas primeiras incorporações permitem a constituição de um *corpo*, da comunidade imaginária daqueles que aderem a um mesmo discurso (MAINGUENEAU, 2008a, p. 73).

A identificação do ethos, nessa perspectiva, ultrapassa o mero reconhecimento do fiador do discurso. Mais do que a caracterização de uma personalidade inscrita na esfera da produção do discurso, o leitor ativa, ao apropriar-se do ethos, o acesso ao mundo ético do qual essa figura enunciante emerge e que se institui como um estereótipo cultural, associado a situações e comportamentos estereotípicos. Tal percurso não se dá de maneira uniforme, mas se constrói pela ativação de um conjunto difuso de representações sociais que o destinatário realiza e pelas quais a enunciação reforça, cristaliza ou transforma estereótipos (MAINGUENEAU, 2008a).

As incorporações representam, considerando o conjunto da proposta teórica desse autor, a inclusão do enunciador e do destinatário como partes prementes da cena da enunciação. Desse modo, o destinatário, de fato, acessa o universo simbólico no qual a corporalidade do ethos habita, com os conteúdos que lhe são próprios e os traços de caráter a ele associados, e valida sua fala. Nesse processo, a incorporação se efetiva em função dos gêneros e dos tipos de discurso, bem como do entrelaçamento entre o ethos e a cenografia que a enunciação instaura para operacionalizar o funcionamento de seu próprio dispositivo de fala.

Vale ressaltar que, no caso dos textos estudados, o ethos a ser incorporado é o próprio agente especialista do campo. Como agente, o sujeito enunciante é autorizado a manejar o equipamento genérico disponível na esfera de produção desse campo, para opinar, inclusive, sobre assuntos relacionados ao campo da política. Enquanto produtor de gênero opinativo do jornalismo, ao editorialista, portanto, é facultado o direito de tratar de questões políticas, prerrogativa fundamental para o manejo do gênero como estratégia discursiva de dissimulação de seus posicionamentos. O campo da mídia tem essa capacidade de participar ativamente da construção da narrativa sobre a realidade, e de extrapolar o factual, fazendo apreciações e emitindo julgamentos, não somente participando da construção do real, como também legitimando os esquemas simbólicos que o

constituem. A mediação da política, inclusive, pode ser compreendida como a objetivação dessa prerrogativa.

O reconhecimento do leitor do jornal ou da revista de que o enunciador do editorial é esse agente autorizado do campo faz passar do primeiro registro da incorporação – a instituição do ethos pela enunciação – para o segundo registro – a assimilação de um conjunto de esquemas com os quais esse ethos organiza sua existência no mundo e, concomitantemente, propõe para o destinatário uma forma de habitar esse mundo ético equivalente à sua. Com isso, o ethos realiza, de fato, a constituição dessa comunidade imaginária associada ao discurso, da qual o ouvinte ou leitor aceita efetivamente participar. No gênero editorial, esse reconhecimento é mais presumível justamente porque, nele, o ethos se apresenta como saturado, no dizer de Maingueneau (2010). Nesses textos, há “convergências entre os sentidos do enunciado e a personalidade de um locutor que é também um ator bem identificado num campo discursivo” (p. 80). É dessas convergências que, segundo o autor, os analistas de discurso que investigam o ethos buscam escapar.

A saturação do ethos e sua consequente identificação como essa instância subjetiva devidamente respaldada por sua atuação como agente do campo jornalístico, nos editoriais, faz presumir, para o leitor, um modo particular de apreensão dos sentidos produzidos nesse gênero. Tal incorporação realiza-se com base na coincidência entre o lugar simbólico do enunciador do discurso e os sentidos produzidos por ele. Está implícita aí uma adesão do leitor a esse esquema que o ethos propõe. Essa relação somente é possível porque se estabelece com base na lógica da homologia proposta por Bourdieu (2012) entre os campos simbólicos e o campo das classes sociais, aqueles funcionando como microcosmos deste. Essa homologia se realiza de estrutura a estrutura. Como atesta o autor:

Os sistemas ideológicos que os especialistas produzem para a luta pelo monopólio da produção ideológica legítima – e por meio dessa luta –, sendo instrumentos de dominação estruturantes, pois que estão estruturados, reproduzem sob forma irreconhecível, por intermédio da homologia entre o campo de produção ideológica e o campo das classes sociais, a estrutura do campo das classes sociais (BOURDIEU, 2012, p. 12).

É com base nessa homologia que a função do campo de produção ideológica se realiza, de forma irreconhecível, como poder simbólico. Como explica o autor, o poder simbólico nada mais é do que “uma forma transformada, quer dizer,

irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder” (BOURDIEU, 2012, p. 15). Tal poder se realiza pela ação dos agentes, e não se faz de forma explícita, mas se constrói pela legitimidade, através do reconhecimento da capacidade de mobilização do capital simbólico do campo por seu corpo de produtores especializados.

Desse modo, as lutas no campo político são, no caso dos textos analisados, dissimuladamente transpostas para o campo do jornalístico. É claro o engajamento dos enunciadores com os posicionamentos dos quais originam seus discursos. Os ethé assumem posições antagônicas no debate e reivindicam para si o reconhecimento de tais posições, apresentando os traços do caráter que cada um deseja tornar visível, de modo a criar identidade com o (e)leitor. A tomada da palavra em lados opostos dentro do campo da mídia demonstra a orientação ideológica de cada um dos sujeitos. Ao demarcarem seus territórios na arena discursiva, incluem suas falas em posicionamentos politicamente antagônicos, o que revela a inscrição dos enunciadores nesses espaços que se convencionou chamar de jornalismo de direita e de esquerda, embora essas representações, no interior mesmo do campo político, sejam cada vez menos precisas na realidade brasileira. Os partidos políticos, nessa conjuntura, ampliam cada vez mais o leque de alianças para assegurarem sua força na luta por hegemonia no campo, o que dificulta a visualização dessas instâncias ideológicas. A despeito disso, é possível perceber – e isso parece cada vez mais saliente, tanto no campo político como fora dele – o antagonismo político entre situação e oposição. Tal dissenso implica condições de produção dos discursos também antagônicas.

Nesse sentido, os discursos revelam modos distintos de engajamento dos enunciadores, o que se percebe pela observação de seus movimentos na cena e pelo tom que assumem. É nítida a postura exaltada do ethos em OESP. A indignação contra o que considera um ataque do presidente Lula ao campo desencadeia um discurso cuja entonação simula o discurso político oral, inclusive com traços da fala dos tradicionais discursos proferidos nos comícios realizados até a década de 1980, antes da chamada midiaticização da política, quando a arena eleitoral transferiu o debate para o meio televisivo, modificando as estratégias de construção do ethos, principalmente pela adoção de uma imagem mais contida.

O corpo enunciante, em OESP, ocupa o “palanque” com toda a indignação de quem se sente caluniado. A controvérsia com o Presidente da República e a

qualificação de sua atitude como inadequada à liturgia do cargo que ocupa funcionam como *le motif* para a construção do discurso. Assim, esse ethos exaltado ancora sua postura, e seu posicionamento político explícito em favor do candidato oposicionista, na indignação que a atitude de Lula teria desencadeado. O ethos, nesse discurso, toma lugar na cena enunciativa e assume a palavra como porta-voz do campo – portanto, portador do *habitus* e responsável não somente por expressá-lo, mas por atualizá-lo, o que o faz ao tomar partido por uma das candidaturas. Mas não apenas age em função de sua posição no domínio discursivo do jornalismo, nem se manifesta como uma imagem de candidato ou de correligionário político. Toma a palavra como uma voz lúcida, não seduzida pela “*mentalidade que hipnotiza os brasileiros*”, corporificada pelo jornal na figura de Lula. Tal imagem é compatível com a do cidadão consciente da realidade política às vésperas das eleições. Esse é o ethos que o (e)leitor deve incorporar e com o qual, tacitamente, precisa afinar seu próprio posicionamento.

Além de se autodenominar de “**Estado**”, vocábulo cujo valor semântico impõe grande força simbólica ao sujeito enunciante, aqui representando a instituição jornalística, OESP recorre à própria história de “*135 anos de lutas*” para compor uma imagem ao mesmo tempo ancorada na tradição e na autoridade. Ao explicitar o valor da tradição na composição da imagem de si, OESP intenciona tornar visível “o peso da responsabilidade” que toma para si como paladino da democracia, detentor da credibilidade necessária para manifestar essa posição. Desse modo, convida o (e)leitor a participar da cena enunciativa, a partir da identificação com esse ethos em cuja imagem se fundem o compromisso político e o conservadorismo. Convoca-o também a incorporar a indignação que o tom do enunciador exala e a também assumir posição política.

Em outras palavras, ao propor esse ethos indignado e eticamente engajado, consciente da realidade política e comprometido com os “*valores essenciais ao aprimoramento[...] e à sobrevivência da democracia neste país*”, OESP espera que o (e)leitor assimile o esquema de percepção da realidade que descreve. Implicitamente, sugere que ele incorpore tal esquema, a fim de que possa compor o grupo imaginário daqueles que comungam do mesmo ideário e, portanto, que aderem ao mesmo discurso. Desse modo, complementa-se o processo de incorporação do ethos, pela projeção da comunidade imaginária e dos comportamentos e posições estereotípicas a ela pertinentes.

Além de dar suporte à argumentação e proporcionar o engajamento do destinatário, por meio da incorporação, o sentimento de revolta funciona como uma espécie de imperativo para a tomada de posição, o que favorece, ou facilita a declaração de “voto” desse “cidadão/eleitor” que o ethos projeta. Nesse sentido, a responsabilidade pelo apoio político a Serra é transferida para Lula. Daí porque, em todo o texto, a crítica a Lula tem ampla precedência em relação ao apoio a Serra. Inclusive, a disputa clara que se estabelece está centrada na oposição entre Lula e Serra, e não entre Dilma e Serra, candidatos efetivamente registrados no processo eleitoral, como se analisará no próximo capítulo.

Verifica-se que a estratégia de engajamento do enunciador com o posicionamento político de onde formula seu discurso, em OESP, está fortemente ancorada na defesa da autonomia do campo da mídia e na preservação da suposta ordem institucional do Estado, presumivelmente ameaçados pela ação do presidente. Nesse sentido, é clara a identificação de um ethos conservador, até mesmo moralista, no discurso desse jornal. A crítica à administração petista baseia-se, inclusive, na denúncia do que considera uma “*deterioração moral do governo*” capitaneado pelo presidente Lula, de quem denuncia o “*mau hábito de perder a compostura quando é contrariado*”.

Como visto anteriormente, Lula e seu partido são tratados como representantes de uma organização criminosa, e a inclusão desse grupo na esfera da criminalidade permite a esse ethos moralista, ao manifestar a recusa explícita a esse grupo, construir simbolicamente a rivalidade com a situação, e, conseqüentemente, a afinidade com a oposição. Assim também o (e)leitor é convidado a se portar. Nesse sentido, vale lembrar Bourdieu (2007a), para quem, invocando a premissa de que somente se faz pregação a convertidos, “um crítico só pode exercer ‘influência’ sobre seus leitores com a condição de que estes lhe atribuam tal poder por estarem ajustados estruturalmente a ele em relação à visão de mundo social, aos gostos e a todo o *habitus*” (p. 25). O moralismo, desse modo, seria também uma característica presumida do destinatário. O apelo a essa visão de mundo implica, necessariamente, a crença na comunhão de pensamentos entre o enunciador e seu público.

Em CC, verifica-se um movimento diverso de engajamento do ethos com a causa política. Ao contrário da exaltação e do discurso de palanque, o ethos se constrói com base na moderação. O enunciador parece abrigar a cena de forma

serena, quase professoral, com uma linguagem até mesmo sofisticada para os padrões atuais do texto jornalístico. O uso de um vocabulário mais erudito que o de OESP, sem explicações adicionais que pudessem situar o leitor, fazem supor que o enunciador confia na colaboração de seu interlocutor para inferir os sentidos propostos, ou acredita na capacidade dele de preencher as eventuais lacunas. Pressupõe, portanto, uma adesão do (e)leitor fundamentada na capacidade de mobilização do logos, o convencimento pelo argumento, diferentemente de OESP, que explora a incorporação pelo apelo à emoção, ou ao pathos.

Note-se que a valorização do discurso intelectualizado como estratégia eleitoral é recorrente nas campanhas eleitorais, especialmente a partir do momento em que o fórum do debate público ganha visibilidade na televisão, com o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE), nas eleições presidenciais de 1989. Ainda que tenha sido criado na década de 1960, esse espaço simbólico, sob forte vigilância do governo militar, transforma-se com as primeiras eleições diretas da nova democracia no país. A mudança do palanque para a TV – embora seja gradativa, e, ainda hoje, os comícios sejam realizados – facilitou a adoção de um ethos mais sereno, menos exaltado, preocupado em criar intimidade com o eleitor.

Nesse contexto, como alega Miguel (2000, p. 74), “o tom do palanque, que remete à praça pública, soa impróprio. É melhor falar mais baixo, dirigir-se diretamente ao espectador, como num bate-papo”. O tom agressivo, exaltado e acalorado estereotípico do candidato em campanha vai, gradativamente, cedendo lugar à imagem trabalhada do candidato, construída não somente em função de sua fala, mas pela colaboração de imagens, aliadas a uma série de recursos, como infográficos e *jingles*, dentre outros. Assim sendo, está posto o espaço para um diálogo mais ponderado e mais intelectualizado, cujo apelo ao logos seja também possibilitado. É esse o caminho que facilita a incorporação pelo destinatário de um ethos mais intelectualizado.

Um aspecto interessante em relação ao engajamento do ethos em CC é que, embora seja claro também um movimento de contra-ataque no discurso desse veículo, semelhante à postura adotada por OESP, aqui o discurso não se constrói como uma resposta ao campo político. Não é uma disputa intercampos que fundamenta o posicionamento do enunciador em CC. O ethos, nesse veículo, se institui também como defensor da democracia, mas não o faz pela defesa do campo, e sim pela defesa de sua candidata e de seu grupo político, e das virtudes que

considera democráticas. O “combate” que se trava, nesse discurso, parece opor ilustrados/conscientes x ignorantes/despolitizados. Assim, o enunciador propõe para si uma imagem na qual os valores intelectuais e a consciência crítica sejam ressaltados e, ao mesmo tempo, exclui tais virtudes de seus opositores.

Levando-se em conta que o ethos do enunciador se constrói sempre em função do estereótipo que ele formula de seu auditório, e que tal estereótipo é produzido por meio das presunções que faz sobre seu conhecimento de mundo, fica clara a suposição de que o leitor de CC compartilhe das informações implícitas ou pouco explicitadas no enunciado. Ao incluir, por exemplo, expressões como “*janízaros à paisana*” – resgatando uma terminologia do século XIV para se referir a soldado, ou outro agente do poder militar – ou eventos como a “*Marcha da Família, com Deus e pela Liberdade*”, além de informações como “*índices de crescimento quase chineses*” ou o “*Caso Battisti*”, o enunciador convoca o interlocutor a acessar sua memória, seu conhecimento de mundo, o saber intelectual construído ao longo de sua formação escolar, e associar tais eventos e sentidos à argumentação. Mais que isso, intima-o a habitar efetivamente a cena, uma vez que a produção dos sentidos, no texto, envolve imprescindivelmente a colaboração ativa do leitor. O enunciador, assim, simula uma argumentação compartilhada com o destinatário, com quem comunga conhecimentos e, presumivelmente, posições políticas.

A incorporação nesse discurso apoia-se no domínio de um conhecimento enciclopédico bastante amplo por parte do leitor, bem como numa forte confluência da orientação ideológica do enunciador e do destinatário. Este precisa ter conhecimento, por exemplo, do movimento organizado em 1964 por representantes das classes média e alta brasileiras, e que desemboca no golpe militar de 1964. A referência ao período da ditadura militar, no editorial de CC, se faz inclusive de forma indireta, por meio da alusão a esse evento pouco conhecido da maioria da população brasileira. Além do domínio desses fatos históricos, o leitor presumivelmente está informado a respeito da conjuntura econômica mundial, o que lhe permite inferir – considerando que os chineses têm alcançado invejáveis índices de crescimento da economia nas últimas duas décadas, consagrando-se como uma potência mundial – que o Brasil esteja com a economia estabilizada.

Ademais, o texto faz alusão ao Caso Battisti, sem contextualizá-lo. De fato, o ativista político italiano Cesare Battisti, de 56 anos, é considerado culpado pelo assassinato de quatro pessoas no final da década de 1970, os famosos “anos de

chumbo” da política, na Itália, e condenada à prisão perpétua pela justiça daquele país. Tido como refugiado político pelo governo italiano, Battisti foi mantido no Brasil por decisão do presidente Lula, a despeito da avaliação do Supremo Tribunal Federal (STF), favorável à extradição, conforme relatório do ministro Gilmar Mendes. O caso, destaque na pauta internacional de grandes jornais, foi tratado como um incidente diplomático, mas não se tornou tão popular no Brasil, de modo que liberasse a enunciação de qualquer contextualização. É necessário, desse modo, que o leitor ative seu conhecimento enciclopédico para preencher as lacunas semânticas, e que domine minimamente os conhecimentos necessários para isso.

O que se percebe é que o habitus que permite ao editorialista enunciar da esfera da produção jornalística é, nesse caso, acessível ao destinatário. Este provavelmente se julga capaz de analisar criticamente a realidade apresentada, assim como o enunciador, e capaz de se posicionar em relação a ela. A faculdade intelectual, inclusive, é um considerável valor de distinção, e se inclui como precioso capital na construção do poder simbólico. No campo jornalístico, assim como na arena política, a mobilização desse capital funciona não somente como suporte para a fundamentação da argumentação, como agrega valor ao discurso. O simples argumento, aliado ao capital intelectual do enunciador, manifesto pela linguagem, torna-se o argumento de autoridade, isto é, originado de uma fonte de reconhecido saber. A incorporação, nesse caso, consolida-se pela possibilidade de inclusão do destinatário no mesmo espaço de referência intelectual do enunciador.

4.3 Ethos e incorporação do discurso da competência

O ethos, em CC, não somente projeta a própria ilustração e faz supor a do destinatário, como procura desqualificar os prováveis opositores a sua candidata, afirmando que *“não perdem a oportunidade de exhibir sua ignorância da história do País”*. A avaliação dos adversários como ignorantes cristaliza-se no discurso de CC. O uso de aspas no adjetivo *“preparado”*, em referência ao candidato da oposição, lança para o destinatário dúvidas sobre a virtude associada à imagem de José Serra, uma vez que as aspas são amplamente usadas, na linguagem do jornalismo opinativo, para suspender a crença suscitada pelo enunciado, provocando efeito de

sentido irônico. No caso, a ironia militante, a que se refere Maingueneau (2002). Na mesma medida, esse recurso reforça a estratégia de construção de uma imagem de si baseada na propriedade intelectual e na consciência crítica sobre a realidade.

Note-se que a oposição entre qualificados e desqualificados, nas disputas políticas, tem forte apelo, especialmente nas eleições presidenciais brasileiras. Isso se deve ao fato de que, desde a redemocratização, e até o pleito de 2010, a disputa se polariza sempre entre Lula, metalúrgico sem formação universitária, e outro candidato com formação superior – Collor (1989), Fernando Henrique Cardoso (1994 e 1998), José Serra (2002) e Geraldo Alckmin (2006). Tendo em vista a realidade social brasileira, o acesso à educação superior apresenta-se, nas disputas eleitorais, como um diferencial competitivo bastante valorizado, e é repetidamente explorado pelas candidaturas adversárias à de Lula, a quem é atribuído o rótulo de despreparado, com base nessa premissa.

Importante ressaltar que a cristalização da imagem de Lula como despreparado consolida-se justamente a partir de 1994, quando o foco da disputa se dá com Fernando Henrique Cardoso, atual membro da ABL – Academia Brasileira de Letras –, sociólogo renomado, professor de ciência política da USP – Universidade de São Paulo –, com título de doutorado e inúmeros livros publicados. Lula apenas concluía o ensino médio, e não possuía diploma de curso superior, sinal de prestígio na sociedade brasileira da época. Ao acirrar-se a disputa eleitoral Lula x FHC, fatalmente a questão da formação intelectual é salientada, uma vez que esta é, em princípio, a diferença mais acentuada entre os dois. Outras questões, além da formação acadêmica, acabam ganhando destaque, como a trajetória profissional – um é professor universitário; o outro, torneiro mecânico – a história de vida – um é descendente de gerações de generais do sudeste do país; o outro, filho de emigrantes nordestinos, os chamados retirantes da seca –, ou a militância política – embora apresentassem, inicialmente, afinidade política, um participou da fundação de um partido de orientação declaradamente neoliberal; o outro, fundou um partido amparado no ideário do socialismo democrático. O que se percebe é que a imagem de despreparo associada a Lula e sedimentada no imaginário social brasileiro acentua a boa reputação de José Serra, à qual se refere CC.

Ao colocar em dúvida a “*fama de ‘preparado’*”, atribuindo-a, inclusive, ao candidato a vice de Serra, Índio da Costa, o enunciador também põe em xeque aquilo que Chauí (1989) designa por discurso competente, ou seja, “aquele que

pode ser proferido, ouvido e aceito como verdadeiro ou autorizado” (p. 7). Como discurso instituído, nele, para a autora, o direito de falar e ouvir, bem como o acesso aos lugares e às circunstâncias predeterminados para tal, além dos conteúdos e das formas canônicas em que se manifestam, são previamente facultados aos interlocutores. Tal atribuição é prerrogativa da esfera de sua própria competência. Nesse sentido, Serra, assim como Fernando Henrique, são portadores do discurso competente não apenas por dominarem conhecimentos e ferramentas intelectuais socialmente valorizadas, mas por serem reconhecidos por outros sujeitos também detentores de tais recursos, e consagrados pela aprovação pública. Esse reconhecimento é, em grande medida, favorecido pelo flagrante contraste com o perfil de Lula.

Para Chauí (1989), o discurso da competência tem suas bases assentadas na burocratização das sociedades contemporâneas e na ideia de organização que a ela subjaz. A burocratização caracteriza-se como um processo imposto ao trabalho em todos os níveis hierárquicos e, mais que isso, transposto para toda a sociedade civil, diferentemente do que previram Hegel e Marx, ao circunscreverem-na à esfera do Estado. O processo de burocratização incide em todos os âmbitos da vida social, econômica e política e perpassa as manifestações culturais, amparado na ideia mestra de organização. Esta “entendida como existência em si e para si de uma racionalidade imanente ao social e que se manifesta sempre da mesma maneira, sob formas variadas, desde a esfera da produção material até a esfera da produção cultural” (p. 8).

A burocratização e a organização dão, portanto, suporte à sedimentação desse antagonismo semântico – preparado X despreparado – na cultura política brasileira, assentado na racionalidade que o fundamenta. O que o discurso de CC faz, ao retomar a questão, é justamente tentar romper a dominação da crença na qualificação do oponente, com base na ideia de que a tese de despreparo de Lula não mais se sustenta, tendo em vista sua performance enquanto gestor, evocada no texto. Desse modo, busca fazer o percurso inverso: promover ou reforçar a crença no preparo de Lula, com base no reconhecimento do conjunto da população, e não da comunidade intelectual ou acadêmica. Para tanto, evoca a imagem do “*governante mais popular da história do Brasil*”. É a popularidade, e não a ilustração, que define a construção da identidade de Lula nesse discurso. O que poderia ser caracterizado como populismo é aqui justificado como uma “*nítida e decisiva identificação entre o presidente e seu povo*”. Lula estaria, desse modo, respaldado

por sua afinidade com o conjunto da população, e não pela superioridade intelectual em relação a ela, bem como pelo reconhecimento dessa superioridade, marca do discurso da competência, como analisado por Chauí (1989).

Ao aproximar simbolicamente a imagem de Lula com a do cidadão/eleitor, no entanto, CC não intenciona simplesmente excluir a competência como critério de valoração do gestor. Tanto que arrola, na defesa do presidente, seus “*largos méritos*”, associados à condução da economia, diminuição das desigualdades sociais e direcionamento da política exterior, dentre outros aspectos. O que, efetivamente, se verifica nesse discurso é uma tentativa de deslocamento da percepção da competência para bases distintas do reconhecimento intelectual. O foco, nesse caso, é transferido para uma outra racionalidade, que dá suporte à aproximação entre competência e popularidade, substituindo a relação clássica entre competência e ilustração. Isso é possível porque Lula, efetivamente, mantém, para além do discurso, identidade com o povo, por sua origem e formação, diferentemente de todos os presidentes que o haviam precedido.

A sensibilidade proporcionada pela identificação com o povo, lembrada no texto, é, então, a base para a proposição dessa nova racionalidade, e permite fazer preceder a competência política sobre a competência intelectual, o que se verifica na afirmação de que “*vinga o talento de um estrategista político finíssimo*”. O conhecimento empírico, ou vulgar, nessa perspectiva, estaria amparando a constituição dessa nova racionalidade, proporcionando esse movimento. A coerência entre competência e experiência reflete a percepção da mudança no cenário político, com a penetração desse sujeito do povo na organização do referido campo, bem como seu protagonismo no sistema burocrático a ele associado. A competência de Lula seria, desse modo, compatível com a habilidade por ele demonstrada, conforme assevera o enunciador, o que se percebe pela avaliação que faz da escolha de sua candidata: “*escolha certa, precisa e calculada*”.

Tal deslocamento somente é possível porque o enunciador abriga o espaço simbólico da competência. O ethos construído no discurso de CC detém o discurso competente, e a ele é facultado questionar a noção de competência instituída, inclusive subvertendo-a. Isso porque se enquadra no sistema de restrições que sofre a linguagem do discurso competente, tendo, desse modo, sua voz autorizada. Ademais, o fato de Lula ter conseguido chegar à posição de presidente da república sem dominar o discurso da competência instituído, como o ethos de CC e seus

opositores no campo político, valida seu reconhecimento, já que, como explica Chauí (1989), a burocratização e a organização pressupõem, dentre outras coisas, a existência de um sistema de autoridade amparado na hierarquia, de modo que, ao ascender na escala, o indivíduo conquista status, responsabilidade e poder, atributos independentes dos indivíduos, mas constitutivos do degrau hierárquico alcançado. Ou seja, para ela, “é o cargo, e não seu ocupante, que possui qualidades determinadas” (p. 9).

O assento de Lula na presidência, fenômeno que não pode ser compreendido como a certificação de sua competência intelectual, aliado ao próprio discurso competente do enunciador e à busca do reconhecimento da competência política do líder petista, contribuem para a autorização desse discurso e, conseqüentemente, para a suspensão da crença na competência do discurso adversário. Ademais, a avaliação da opção de Lula por Dilma é também estratégia para justificar a própria escolha do enunciador. Por meio da definição do presidente como estrategista político e de sua deliberação como ação calculada e, portanto, lógica, ponderada, ele revalida a competência do presidente, embasa a própria escolha e reforça a consolidação desse ethos racional que pretende ser incorporado. É desse modo que o enunciador, em CC, reivindica um ethos cuja racionalidade torne lógica sua aproximação com o posicionamento de Lula e, conseqüentemente, suscite adesão do (e)leitor.

É evidente, inclusive, a preocupação do enunciador em explicitar os vínculos ideológicos com a candidatura que apoia, embora busque ressaltar que toma partido “*sem implicar postura ideológica ou partidária*” e que, por meio da crítica ao governo, procure alegar sua imparcialidade. A aprovação da trajetória política da candidata Dilma, militante do movimento estudantil à época da ditadura militar brasileira e rotulada de guerrilheira pelos adversários, expressa pelos verbos “*respeita, louva e admira*”, assim como a crítica aos participantes da Marcha pela Justiça, com Deus e pela Liberdade, organizada pelas elites, e de movimentos similares realizados durante o período eleitoral de 2010, explicitam essa posição.

Do mesmo modo, é clara a preocupação de OESP em dissimular sua afinidade ideológica com o grupo ao qual adere, justificando seu posicionamento pela negação, pela recusa do grupo da situação, e não pela identificação ideológica com a oposição. O mérito principal do candidato é, nesse discurso, a possibilidade de “*recondução do País ao desenvolvimento econômico e social pautado por valores éticos*”. Nesse sentido, é interessante notar a clara orientação do discurso na defesa

de um projeto político que, supõe, tenha sido marcado pelo desenvolvimento econômico e social, e que tal desenvolvimento tenha sido forjado com base na ética. Entretanto, não é a afinidade ideológica com o candidato que apoia que fundamenta a argumentação em OESP, mas o temor de que o modelo de gestão atual prevaleça, o que leva a enunciação a propor a escolha de Serra como forma de “*evitar um grande mal para o país*”.

Esse ethos, ao mesmo tempo indignado com a posição política do presidente e receoso de que o estado em vigor não possa ser revertido, busca angariar a adesão do leitor, provocando a incorporação por meio do investimento no terror. Mas não o fundamenta por nenhuma crítica à competência técnica ou administrativa do gestor, e sim a sua suposta incapacidade moral. O discurso da competência, nesse caso, parece fundamentar sua racionalidade na ética, e não no saber, ou mesmo na habilidade política. “*O mal a evitar*”, título do texto, não é a gestão incompetente, nem mesmo o perigo do fracasso administrativo, mas “*o grande mau exemplo*” de Lula e de “*sua facção*”. Daí a afirmação de que “*é sobre essa perspectiva tão grave e ameaçadora que os eleitores precisam refletir*”. O medo, o apego aos “*valores éticos*” e a chamada à reflexão compõem os argumentos por meio dos quais o enunciador reivindica esse ethos engajado com a candidatura que defende. É por meio desses argumentos que o leitor é convocado a também se engajar.

Vale lembrar que, no segundo turno da campanha eleitoral de 2002, quando a vitória de Lula se desenhava, uma declaração da atriz Regina Duarte – conhecida como “a namoradinha do Brasil” por seu trabalho nas telenovelas –, foi o mote do debate político. No programa do PSDB, Regina afirmava sentir medo da volta da inflação e do fim da estabilidade, com a ameaça da vitória de Lula. O argumento da campanha de José Serra era de que o mercado internacional poderia reagir à vitória de Lula, desequilibrando a economia e comprometendo a estabilidade alcançada pelo governo de Fernando Henrique Cardoso. A volta da inflação foi outro temor expresso na campanha. A fala da atriz⁴, no programa do dia 14/10/2002, ilustra esse uso do medo como estratégia eleitoral:

⁴ Transcrição do vídeo de campanha gravado pela atriz Regina Duarte para a campanha presidencial do candidato José Serra, do Partido Social Democrata Brasileiro, no ano de 2002. Extraído da página do YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=DEeNSkXn5mY> em março/2013.

Estou com medo. Faz tempo que eu não tenho medo. Porque o Brasil nessa eleição corre o risco de perder toda a estabilidade que já foi conquistada. Eu sei que tem muita coisa que precisa ser feita, mas também tem muita coisa boa que já foi realizada. Não dá para ir tudo para a lata do lixo! Nós temos dois candidatos a presidente: um eu conheço, é o Serra, é o homem dos genéricos, do combate à AIDS, o outro eu achava que conhecia, mas hoje eu não conheço mais, tudo que ele dizia mudou muito, isso dá medo na gente. Outra coisa que dá medo é a volta da inflação desenfreada (lembra?), 80% ao mês. O futuro presidente vai ter que enfrentar a pressão da política nacional e internacional e vem muita pressão por aí. É por isso que eu vou votar no Serra, ele me dá segurança, porque dele eu sei o que esperar. Por isso eu voto 45, voto Serra e voto sem medo (Regina Duarte – Atriz).

A reação à declaração de Regina Duarte, na voz de outra atriz, Paloma Duarte, é veiculada dois dias depois, no programa de Lula. Após divulgar o depoimento indignado da atriz contra o que caracterizava como o terrorismo do medo, a tônica da campanha retorna para a abordagem propositiva, fincando as bases do marketing eleitoral no slogan “A esperança vai vencer o medo”. Com isso, a campanha de Lula revalida a nova imagem do candidato, o “Lulinha Paz e Amor”, mais condizente com o mote da esperança, e mais distante da personificação do “Sapo Barbudo”, com a qual o sindicalista era comumente associado, por seu perfil contestador e por sua militância na política sindical durante o regime militar, que poderia corroborar a estratégia do medo.

OESP retoma, portanto, estratégia bastante utilizada, ressuscitando o medo, não mais com base na incapacidade técnica ou política da candidata ou de seu “padrinho”, mas da “*deterioração moral*” que credita ao governo desse grupo político. Tal estratégia é ratificada por meio da criminalização do grupo da situação. Com isso, procura levar o destinatário a ativar um mundo ético no qual a ideia do medo seja reativada. Com a economia estabilizada, a credibilidade política assegurada e o reconhecimento internacional garantido, dentre outros índices de sucesso, o medo não pode, nessa conjuntura, ser fundamentado no discurso da competência. Resta, então, pela proposição de um ethos moralista, fazer ressurgir o medo com base na avaliação moral do adversário. Nesse sentido, a criminalização da equipe da qual faz parte a candidata seria uma forma de neutralizar o discurso da competência construído a partir dos resultados propagados pelo governo e reconhecidos no próprio texto.

Nesse embate, CC atua com base na adoção de um recurso estrategicamente oposto a OESP. Tal estratégia consiste em descriminalizar a imagem da candidata, o que o discurso faz pela evocação do termo “guerrilheira”, como se verá adiante. Importa agora é destacar a inclusão, nesse registro, da terminologia como uma virtude, e não como um vício. Nesse sentido, o enunciador reforça seus valores, associando-os aos da candidata e de seu grupo político. Com isso, vincula-se ideologicamente a esse posicionamento e, ao mesmo tempo, sugere ao destinatário o acesso a esse mundo ético no qual habita, o que implica não somente a concordância, mas o apoio e, conseqüentemente, o voto.

Nesse ponto, bastante significativa é a diferença observada na interpelação do (e)leitor nos dois discursos. Esse é também um movimento associado à construção do ethos. Parece haver, em CC, um maior comprometimento do enunciador com a posição assumida, que se verifica não somente pelo fato de o texto ser assinado ou pelo uso da primeira pessoa, por exemplo. O título do texto – *“Por que apoiamos Dilma”* – não apenas declara uma opção política, mas anuncia uma justificativa para tal. O emprego da oração explicativa, utilizada para fornecer um motivo ou uma explicação, fundamenta essa manifestação de apoio.

A preocupação do enunciador, nesse caso, orienta-se para a fundamentação de uma atitude, da tomada de partido por um lado em disputa. O sujeito da oração seria, no caso, o próprio locutor, responsável pela ação sinalizada pelo verbo, de apoiar. Nesse caso, embora o destinatário seja sugestionado a adotar a mesma postura, essa interpelação se faz de maneira indireta. A incorporação do ethos, no caso, se dá pela possibilidade de conciliação com o julgamento do destinatário. É necessário que ele julgue meritória a argumentação e que incorpore a imagem de um fiador legítimo para amparar a tese defendida. O apelo ao logos, na fala do enunciador, é também um convite para a invocação do logos pelo destinatário.

Em OESP, diversamente, o discurso orienta-se para a descrição de um comportamento a ser evitado. Esse ethos comprometido com a preservação dos valores morais angaria o apoio do destinatário, invocando-o explicitamente a tomar posição. A responsabilidade, no caso, é compartilhada com o (e)leitor, convidado a refletir *“sobre essa perspectiva tão grave e ameaçadora”*. O uso do verbo no infinitivo, no título – *“O mal a evitar”*, marca essa ação a ser realizada. Além disso, o sujeito da oração é *“o mal”*, representando *“o grande mau exemplo”* a ser evitado. Nesse caso, o presente do infinitivo pessoal, que indica comando, ordem, exortação,

promove uma interpelação mais direta do destinatário do que em CC, alicerçada no imperativo de defender o país do mal que o ameaça.

O apelo ao pathos é mais evidente nesse discurso. O fiador, em OESP, propõe ao destinatário uma aliança alicerçada não apenas na comunhão de ideias ou no consenso, mas recorre à responsabilidade compartilhada, invoca, chama, exorta à ação. Desse modo, faculta o acesso ao mundo ético em que se inscreve, incitando o destinatário à militância em favor do projeto defendido, ou melhor, em oposição ao projeto em vigor. A incorporação se dá, então, pela empatia entre enunciador e (e)leitor, e não pelo convencimento. É a afinidade, o engajamento pela sensibilização, e não a persuasão pelo argumento, que define a incorporação desse ethos pelo destinatário.

Vale observar as principais diferenças nas estratégias de construção do ethos nos dois suportes, como se pode analisar no quadro 2:

ESTRATÉGIAS	OESP	CC
Embate	Mídia x Política	Mídia/Política
Fiador	Campo da mídia	Mídia mais desenvolvida do mundo
Agente (especialista)	Estado	Nós; Carta Capital
Assinatura	–	Mino Carta
Imagem	Logo OESP	Foto da Candidata Dilma
Movimento de corpo	Discurso político de palanque; reação indignada.	Discurso intelectual; ponderação racional.
Tom	Exaltado	Moderado

Quadro 2 – Estratégias de construção do ethos em O Estado de São Paulo e Carta Capital

Verificam-se, dessa forma, claras diferenças em relação à construção do ethos e às estratégias utilizadas no sentido de que ele seja incorporado pelo destinatário, o que permite afirmar que, embora ambos façam adesão declarada a um projeto político em disputa, associam-se a posicionamentos opostos e utilizam

recursos também opostos na construção da imagem de si que projetam. Pressupõem, dessa forma, incorporações também diversas e acesso a mundos éticos em disputa. Reproduzem, com a configuração das comunidades imaginárias dos que aderem a esses projetos, no campo da produção simbólica, as disputas do campo social e político.

5 ARENA DE SURDOS: AS FACETAS DO POLÊMICO

A análise do quadro cênico e da cenografia, associada à identificação do ethos construído na cena de fala e a sua incorporação pelo coenunciador, permitem compreender em grande medida o modo de funcionamento discursivo, bem como a possibilidade de instituição de uma comunidade imaginária de adesão a esse discurso. É importante, no entanto, visualizar como os discursos em questão se inscrevem historicamente no debate público, como sua enunciabilidade, nas palavras de Maingueneau (2008b), se realiza. Desse modo, e concordando com o primado do interdiscurso sobre o discurso, como advoga esse autor, percebe-se a necessidade de compreender os modos pelos quais essa rede de interação semântica instaurada em torno do polêmico pelos discursos estudados estabelece uma espécie de “diálogo de surdos”, ou o desentendimento recíproco.

Para as pretensões desta pesquisa, a imagem da polêmica como essa rede de interincompreensão entre as posições enunciativas em disputas no espaço discursivo representa um referencial significativo, à medida que permite delinear, para além da cena enunciativa, nas tramas do interdiscurso e da História, a arena discursiva em que se encontram imbricados dois campos – o político e o jornalístico – e os respectivos valores e regras por eles defendidos. Permite conjecturar, inclusive, a hipótese de que os dois discursos em questão, a pretexto de defenderem a preservação da democracia e dos valores que a sustentam e, concomitantemente, valerem-se dos princípios do jornalismo, sem, contudo, ficarem alheios ao grande debate público que toma conta da nação, constroem, de fato, uma militância editorial.

É significativa, nesse sentido, a utilização do editorial como modalidade genérica para a inscrição na polêmica, uma vez que ele se inclui na categoria dos gêneros irradiadores, como propõe Maingueneau (2010), referindo-se àqueles que detêm o potencial para ativar a produção verbal de outros gêneros. Com uma enunciação assimétrica, o editorial, assim como os demais gêneros irradiadores, tem vocação para circular por outras esferas, repercutir em outros campos e tematizar outras falas. Considerando-se a ação das redes sociais da internet, especialmente no período eleitoral de 2010, a irradiação dos enunciados aqui estudados assume

visibilidade de proporções exponenciais, tornando-se emblemáticos das posições partidárias que representam e alimentando sensivelmente o debate público. Esse aspecto é, obviamente, parte do efeito de sentido projetado na enunciação de tais falas nessa instância genérica.

Compreende-se, entretanto, que a observação dessa importante interlocução em muito extrapola sua materialização no gênero – seja ele entendido como editorial ou como panfleto, tendo em vista o foco na forma ou na função –, ou ainda sua manifestação na figura discursivamente encarnada do enunciador, bem como excede a análise de sua concretização na imbricação entre os campos da mídia e da política. O que não implica dizer que esses sejam aspectos irrelevantes ou acessórios. Entretanto, são insuficientes para dar conta das peculiaridades do fenômeno estudado. Por isso, a partir do suporte oferecido por esse referencial, busca-se, por meio da observação do polêmico, o acesso à rede semântica que permeia as disputas de sentido na arena simbólica do confronto eleitoral em que os discursos inscrevem suas falas.

Nesse sentido, vale lembrar, como advoga Maingueneau (2008b, p.84), que “é por sua formação discursiva e não por seus temas que se define a especificidade de um discurso”. Desse modo, a análise dos discursos proposta precisa também dar conta de mais do que a mera descrição dos fatos relacionados ao momento político das eleições de 2010 e suas implicações no contexto da comunicação e da política e no campo da linguagem. É nas formações discursivas em disputa que se percebem convergências e divergências e, principalmente, os valores em jogo. E mais, é por meio do interdiscurso que se dá o acesso a esse jogo de forças.

5.1 Da mídia para a política: nas trilhas do interdiscurso

No diálogo constitutivo do interdiscurso, manifesto nas interações enunciativas, estão intrinsecamente ligados o Mesmo do discurso e seu Outro, como pondera Maingueneau (2008b). Para ele, “reconhecer este tipo de primado do interdiscurso é incitar a construir um sistema no qual a definição da rede semântica que circunscreve a especificidade de um discurso coincide com a definição das relações desse discurso com o seu Outro” (p. 35-36). Tal preeminência está

alicerçada na perspectiva de uma heterogeneidade constitutiva, nos moldes propostos por Authier-Revuz (2004), bem como no caráter constitutivo da interação na atividade linguageira, marca do princípio dialógico bakhtiniano. Entretanto, Maingueneau (2008b) assenta essa ideia num plano mais preciso, propondo um quadro metodológico e um domínio de validade mais circunscritos, o que o faz por meio da proposição de uma tríade, formada pelo universo discursivo, o campo discursivo e o espaço discursivo.

A proposição desses lugares, no entanto, embora busque situar mais precisamente a heterogeneidade constitutiva, não tem por finalidade o fechamento, a autonomia dos discursos. A tríade proposta por esse autor constitui-se, nesse enfoque, como a interseção de espaços de trocas, em que se preserva a ideia de um descentramento radical, em oposição ao fechamento estrutural, cuja perspectiva se volta para a identificação de cada formação discursiva consigo mesma, processo no qual a relação com outras formações discursivas se descrevem com base na justaposição de unidades. Nessa proposta, cerne da análise do discurso dominante especialmente na década de 1960, “o interdiscurso aparecia como um conjunto de relações entre diversos ‘intradiscursos’ compactos” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 36).

Diferentemente dessa abordagem, o primado atestado pelo autor, em síntese, pressupõe a presença do interdiscurso no interior mesmo do intradiscurso, de forma constitutiva. O interdiscurso, nessa proposta, é inerente ao intradiscurso, o que implica dizer que dispensa marcas, como citações, alusões, remissões ou referências explícitas para se manifestar. Tal perspectiva não envolve, portanto, a mera interação, implícita ou explícita, entre vários intradiscursos fechados, compactos, vistos como unidades completas e homogêneas. Mas, tendo em vista o caráter essencialmente dialógico de qualquer enunciado, o interdiscurso revela a presença, no discurso, do seu Outro, o interdito, ou, no dizer de Maingueneau (2008b), o dizível faltoso, um eu do qual o enunciador deveria sempre separar-se, por força da formação discursiva, de onde se origina a zona do dizível legítimo. Como explica o autor:

Se, no universo do gramaticalmente dizível, um discurso define uma ilha de enunciados possíveis considerados capazes de saturar a enunciação a partir de uma posição dada, no conjunto de enunciados assim recusados, ele define igualmente um território como sendo o de seu Outro, daquilo que, mais que qualquer outra coisa, não pode ser dito. O Outro circunscreve justamente o dizível

insuportável sobre cujo interdito se constitui o discurso; por conseguinte, não há necessidade de dizer, a cada enunciação, que ele não admite esse Outro, que exclui pelo simples fato de seu próprio dizer (MAINGUENEAU, 2008b, p. 37).

Quanto à tríade essencial do interdiscurso, o universo discursivo é descrito como o conjunto de formações discursivas em interação em dada conjuntura. Mesmo compondo um conjunto finito, este não pode ser apreendido em sua totalidade, representando, desse modo, uma espécie de horizonte, por meio do qual se podem visualizar os domínios sobre os quais se deve centrar a análise. Tais domínios são os campos discursivos, ou conjuntos de formações discursivas concorrentes em regiões específicas do universo discursivo. Em um campo discursivo, os discursos possuem função social equivalente, divergindo, ou aliando-se, ou demonstrando aparente neutralidade quanto à forma pela qual tal função deva ser exercida, ou em razão da possibilidade de alcançar hegemonia dentro do campo. Os campos discursivos são os espaços em que a cena englobante se manifesta, como o campo político, o campo filosófico e o campo da mídia, dentre muitos outros, como exposto no capítulo 3.

Como enfatiza Maingueneau (2008b), um discurso se constitui no interior do campo discursivo. Entretanto, como exposto anteriormente, apesar de circunscreverem uma rede de regularidades, tanto em relação aos atores, quanto aos processos e rotinas que realizam, bem como quanto aos modos peculiares de atuação por meio da linguagem, os campos discursivos não são homogêneos e não são tão evidentes e demarcáveis quanto se pode supor. O objeto desta pesquisa demonstra exatamente isso: uma encruzilhada de traços que evidenciam as tensões e interseções entre campos e entre formações discursivas diversas, aparentemente escamoteada por um enquadramento formal, o qual se efetiva por meio do jogo de cenas e pela atuação dos enunciadores e das imagens de si que projetam na enunciação de suas falas. Daí a afirmação de que há uma usurpação do domínio discursivo da política pela mídia, por meio da enunciação dos discursos daquela esfera discursiva, dissimulada pela cenografia do editorial, gênero emblemático do domínio discursivo do jornalismo.

Essa imbricação se dá a perceber justamente pela arquitetura do espaço discursivo. É por meio desses espaços, caracterizados como subconjuntos de formações discursivas no interior de determinado campo, cuja relação é posta em

evidência, de acordo com os propósitos do analista, que se pode compor uma visão panorâmica do processo no qual o interdiscurso se manifesta. Tais espaços são delineados e organizados a partir das hipóteses levantadas pelo analista do discurso, com base no conhecimento dos textos e no conhecimento histórico-social que orientam as hipóteses que ele formula, alicerçado na observação dos fenômenos estudados. O espaço discursivo é, pois, a porta de acesso ao interdiscurso. Seu desenho permite explorar as hipóteses para além da topografia do campo e do gênero.

5.1.1 O espaço discursivo da militância editorial

Em princípio, a identificação do espaço discursivo na análise dos enunciados investigados não se dava a grandes problematizações, uma vez que se buscava observar o confronto de dois posicionamentos antagônicos, expostos na forma do gênero editorial, no domínio discursivo do jornalismo brasileiro. Esse espaço, nessa primeira perspectiva, estaria configurado na própria representação do campo – ou tipo de discurso, na teoria de Maingueneau (2008a) –, compreendido por esse autor como uma unidade tópica, territorial, ou seja, inserido na categoria dos espaços instituídos de práticas verbais reconhecidas. A definição de tal espaço estaria, então, assentada no interior de um mesmo campo, este, obviamente, embora autônomo, marcado por uma identidade multifacetada, principalmente pelas lógicas e operações com as quais se efetiva a chamada midiaticização. O embate ideológico e o desentendimento recíproco, com as traduções com as quais se manifestava a polêmica, deveriam, nesse caso, ser investigados no interior mesmo do campo da mídia, este constituindo a cena englobante dos discursos em disputa.

Entretanto, a análise da cena genérica e da cenografia, amparada no estudo da interseção histórica entre esse campo e o campo da política, fez emergir o questionamento no qual se fundamenta a afirmação de que a mídia enuncia sua adesão de um lugar extracampo. Desse modo, como verificado posteriormente, para além desse espaço discursivo pensado inicialmente, foi possível visualizar aqui uma zona intercampos, na qual se expande, ou verdadeiramente se representa o embate ideológico, no processo de desentendimento recíproco em que se esboça a

polêmica. É essa rede que permite esquadrihar as sutilezas do interdiscurso e sobre a qual este estudo lança olhar.

De fato, a polêmica instaurada pela disputa eleitoral permite, no caso analisado, a composição desse espaço discursivo, cuja topografia não se presta a uma fácil visualização. Isso porque, assim como o conceito de formação discursiva, a noção de espaço discursivo define-se como unidade não tópica, pois, embora abrigue enunciados historicamente inscritos, não é construído com base em fronteiras preestabelecidas. Ocorre que, como dito anteriormente, a superação do lugar simbólico do campo da mídia não seria, em si, argumento para a configuração de um espaço discursivo diferenciado, já que, por sua própria constituição, à mídia é facultada a capacidade de “circular” por outras esferas discursivas, preservando, contudo, sua autonomia enquanto campo. A diversidade de publicações do jornalismo especializado em circulação nos dias atuais, por exemplo, comprova essa autorização para construir o relato do real em articulação com outros campos. A midiatização é, inclusive, a prova viva dessa centralidade do campo.

Ademais, como esclarece Fausto Neto (2008), o processo de midiatização, por si mesmo, ultrapassa a mera centralidade das mídias enquanto mediação ou representação, cujas práticas estariam articuladas ou sujeitas às dinâmicas de outros campos na produção de inteligibilidades. O fenômeno representado pela midiatização expande em muito esses aspectos:

As mídias deixaram de ser apenas instrumentos a serviço da organização do processo de interação dos demais campos, e se converteram numa realidade mais complexa em torno da qual se constituiria uma nova ambiência, novas formas de vida, e interações sociais atravessadas por novas modalidades do “trabalho de sentido”. Neste contexto, as mídias não só se afetam entre si, se inter-determinando, pelas manifestações de suas operações, mas também por outras práticas sociais, no âmago do seu próprio funcionamento (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Ao instaurar novos regimes de discursividade, a mídia reafirma sua autonomia como lugar de construção/organização das interações de outros campos e outros discursos. Com isso, deixa de ser identificada por seu papel auxiliar e passa a ser reconhecida como “uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais” (FAUSTO NETO, 2008, p. 93). Nesse sentido, a midiatização implica, na realidade,

não somente a centralidade da mídia nos processos de referência da realidade, como a migração desses processos para outras esferas, o que permite, dentre outros efeitos, a constituição de um espaço público onde se encena a política a partir de estratégias midiáticas.

Ocorre que, como convencionalmente estudado, na midiatização não subjaz uma mudança de campo, uma vez que o agente do campo da mídia enuncia da esfera de sua própria instância discursiva. O agente-jornalista, no caso, relata o acontecimento científico, opina sobre a política, descreve a geografia, ou fotografa a vida social, por exemplo, “circulando” por todos esses campos, sem, necessariamente, situar-se “de dentro”. Nesse sentido, preserva sua autonomia enquanto campo, legitimando suas práticas e seus discursos com base na preservação de seu lugar de fala. Ao mesmo tempo em que dá sentido a esses outros lugares simbólicos pela visibilidade a eles conferida, necessita deles para construir sua própria topografia, ainda que, como se verifica neste estudo, esta seja continuamente reformulada.

O que se observa, no caso dos enunciados estudados, configura um fenômeno diverso da midiatização. Isso porque, nesse caso, o enunciador, não obstante ratifique discursivamente seu pertencimento ao campo da mídia, abdica de sua posição nessa esfera, de onde se supõe que deva originar sua fala, de modo a legitimar a própria enunciação. Ao enveredarem para o campo político, atuando como agentes desse campo, mesmo que dissimuladamente, tais discursos, de fato, tomam assento em um lugar discursivo próprio do político. Isso parece exceder em muito a midiatização da política, porque tal fenômeno não se cristaliza como a intercessão entre campos ou a transposição de um campo discursivo a outro. O agente, respaldado pelo habitus conferido pelo campo da mídia, realiza, na verdade, uma militância política, que se dá pela manipulação dos recursos genéricos do editorial – este, na verdade, uma cenografia – por meio do qual promove uma espécie de panfletagem. Daí a ideia de se considerar tal estratégia como uma militância editorial. As diferenças entre esses dois movimentos se podem visualizar nas figuras 2 e 3:



Figura 2 - Mídiação da política



Figura 3: O espaço discursivo da militância editorial

É necessário esclarecer que essas figuras não têm a pretensão de ilustrar os processos representados em sua totalidade, mas intencionam capturar um aspecto relevante de tais processos, ou seja, o contrato intercâmbio, estabelecido através do fenômeno estudado, firmado no espaço discursivo. Note-se que a mediação da política permite a criação de zonas entre os dois campos, as quais não se podem cristalizar numa imagem, mas que se manifestam pela intercessão, de modo que a preservação da autonomia do campo da mídia é assegurada. Do mesmo modo, o

campo político, no processo de midiaticização, embora seja afetado pela intervenção dos processos e das operações próprios do campo da mídia, com os quais constrói sua visibilidade pública, mantém, nesse fenômeno, a independência mínima com a qual garante sua identidade.

Para a ocorrência da militância editorial, por outro lado, a autonomia do campo da mídia precisa ser suspensa. Daí porque esse fenômeno não se dá como uma intercessão, mas como a integração desse lugar de fala próprio da mídia à instância discursiva da política. O campo político, nesse processo, manifesta-se, com sua autonomia, abarcando uma zona enunciativa que, na midiaticização da política, seria matizada, o que, de fato, marcaria uma intercessão. Aqui, claramente se apresenta a militância editorial, construída, de fato, em decorrência de uma exacerbação da midiaticização. A suspensão da autonomia do campo da mídia precisa, no caso, ser ocultada, como condição necessária para a sustentação da aparente independência desse campo.

O que se defende nesse estudo, portanto, é que a militância editorial, na verdade, constitui-se uma estratégia política, e não jornalística, porque sua finalidade e sua atuação são, de fato, políticas. O que não implica dizer que um editorial não possa manifestar posições partidárias no Brasil. Todavia, como explicado anteriormente, o caráter inaugural desse evento, bem como a conjuntura em que se materializa, com a exacerbação que o processo eleitoral alcançou, potencializam, de tal forma, uma partidarização da mídia, que permitiu aos enunciadores estudados atuarem discursivamente nas campanhas políticas a partir do próprio campo político. Isso o fazem com um instrumento mais poderoso que o panfleto tradicional, pois que, paradoxalmente, amparado nos princípios da neutralidade e da imparcialidade, recursos evocados pelo campo jornalístico para legitimar sua atuação.

Não se pretende tampouco afirmar que a militância editorial transforma os agentes da mídia em agentes do campo político. O que se defende aqui, vale ratificar, é que, na conjuntura dada, e pela simulação por meio da qual o gênero editorial se apresenta, há um deslocamento desse sujeito enunciante para a esfera política, de onde, efetivamente, se origina sua fala. Esse fluxo, no entanto, poderá ser incorporado e seguido por outros agentes do campo jornalístico brasileiro, naturalizando tal estratégia, como é comum em muitos outros países, nos quais a declaração de apoio político marca a identificação da empresa de comunicação com

uma determinada corrente ideológica da política. Com essa estratégia, percebe-se que a formação discursiva à qual se vinculam seus discursos torna-se mais explicitamente exposta e acessível.

A incorporação dessa estratégia por outros agentes do campo contribuiria, assim, para a estabilização desse traço no gênero editorial. Seria possível, numa perspectiva dos gêneros textuais, compreender essa mudança por um paralelo com as transformações de alguns gêneros, condicionadas aos modos como a sociedade se organiza. Considerando-se, por exemplo, a legalidade do casamento homoafetivo e a consequente constituição jurídica de um novo modelo de família, com base nesse tipo de união, seria lógico pensar que, futuramente, haveria filhos cujos registros de nascimento pudessem ser feito por dois pais ou duas mães, o que implicaria uma mudança nesse gênero textual. Isso porque, nos parâmetros atuais, a textualidade desse gênero não inclui tal possibilidade. A partir do momento em que tal perspectiva se concretiza, no entanto, a presença de dois pais ou duas mães deixa de ser estranha a esse gênero e a mudança se estabiliza.

Assim também se poderia prever com os enunciados estudados. O estranhamento que a declaração de voto provoca no gênero editorial não se dá simplesmente por seu aspecto factual, mas pelo fato de que, nesse gênero, e nos parâmetros sociodiscursivos em que se manifesta até o momento, tal declaração representa uma espécie de transgressão. A partir do momento em que esse fenômeno passa a ser recorrente, como ocorre em outros países, esse recurso também se estabiliza. Ou seja, o que antes poderia ser avaliado como transgressão, e que leva, nesse estudo, à afirmação de que o editorial se manifesta como cenografia, passa a ser incorporado como uma faculdade retórica desse gênero. Dito de outro modo, o enunciado que, nessa pesquisa, é compreendido como cenografia, e não como cena genérica, deixaria, pela estabilização desse traço, de exercer uma função essencialmente militante.

Isso não significa, é claro, que o ativismo militante da mídia se desfaça, ou que esse campo deixe de interferir na política, ou de incursionar por este domínio discursivo. O fenômeno aqui denominado de militância editorial não se caracteriza apenas como uma forma de militância exercida por meio de um gênero. Essa terminologia, na verdade, associa-se a uma forma ativa de política editorial, cuja ação se dá, efetivamente, no campo da política. Por isso, a militância editorial é, de fato, uma militância política, e não midiática. A ação militante da mídia é parte do

processo de midiaticização da política, processo que, pelo que se pode observar, culmina, nessa conjuntura específica, com a militância editorial. Esta, de fato, um fenômeno aparentemente localizado, temporário. A partir do momento em que se estabiliza a ação que o origina, ele perde sua radicalidade e, assim, sua razão de ser, pelo menos nos parâmetros em que aqui é possível observá-lo.

5.1.2 Agência e discurso político

A afirmação de que a mídia enuncia sua adesão do campo político supõe, logicamente, que seus enunciadores encontram-se sujeitos a um conjunto de restrições associadas ao que se convencionou chamar de discurso político, tarefa complexa, tendo em vista as dificuldades de categorização desse discurso, como apontadas por Maingueneau (2010). O discurso político é considerado problemático, uma vez que é possível, por vezes, classificá-lo como discurso constituinte, mas, outras vezes, não se pode formular tal asserção. Isso porque, embora compartilhe com os discursos constituintes uma série de traços comuns – como a disputa entre posicionamentos pelo monopólio da autoridade enunciativa no espaço simbólico, a alusão a textos ou a gestos fundadores, o debate permanente em torno de uma memória associada ao campo e o confronto entre grupos restritos de peritos e um grande público, dentre outros –, o discurso político não se pode autolegitimar.

Em outros termos, apesar de autoproclamar sua legitimidade pela missão ou vocação que julga ter, o discurso político, como explica o autor, apoia-se nos discursos constituintes, como os discursos científico, filosófico ou religioso, por exemplo, para ancorar sua legitimidade. Esse é um ponto nodal, que impossibilita ao discurso político participar do quadro dos discursos constituintes, porquanto não está implicado no paradoxo constitutivo de funcionamento desses discursos. Como explica Maingueneau (2008a, p. 39), ao afirmar que tais discursos são auto e heteroconstituintes, “só um discurso que se *constitui* tematizando sua própria constituição pode desempenhar um papel *constituinte* para outros discursos”. Daí porque o autor reafirme o estatuto ambíguo do discurso político, e sua permanente pretensão de instituir-se como um dos discursos constituintes, com os quais, de fato, encontra-se em constante conflito.

Curioso é que o discurso político preenche o requisito de se instituir por um gesto fundador e de tematizar sua própria constituição, como observa Chauí (2007), ao citar o trecho final da Oréstia, de Ésquilo (225 a.C. - 456 a.C.), com o qual, simbolicamente, se afirma a invenção da política:

Cidadãos de Atenas! Como ireis agora julgar pela primeira vez um crime sangrento, ouvi a lei de vosso tribunal. Sobre este Rochedo de Ares, doravante, sentar-se-á perpetuamente o tribunal que fará a raça toda dos Egeus ouvir o julgamento de todo homicídio. [...] Este rochedo é chamado de Areópago. Aqui, Respeito e seu irmão Temor, noite e dia igualmente, manterão meus cidadãos longe do crime, enquanto conservarem inalteradas as leis. [...] Não mancheis a pureza das leis com a impureza de estratégias. [...] Guardai bem e com reverência vossa forma de governo. Nem anarquia nem despotismo, eis a regra que aconselho a cidade a observar com respeito. E não expulsem todo temor para fora das muralhas de vossa cidade. [...] Aqui, fundo um tribunal inviolável, sagrado, mantendo uma fiel observância para que os homens possam dormir em paz (*apud* CHAUI, 2007, p. 34).

Como assevera a autora, o surgimento da política se dá a partir da invenção do direito e da lei – pela instauração dos tribunais – e das instituições públicas de deliberação e decisão – as assembleias e os senados –, por meio dos quais se realiza o aparecimento da figura do poder público. Esse fenômeno ocorre graças à separação da política das outras instâncias com as quais se achava tradicionalmente atrelada no exercício do poder, centralizado na figura do rei. Como justifica a autora, “a política nasceu, portanto, quando a esfera privada da economia e da vontade pessoal, a esfera da guerra e a esfera do sagrado e do saber foram separadas” (CHAUI, 2007, p. 35). Com isso, o poder político deixou de se identificar com a personalidade mística do governante como imagem encarnada do poder divino, através da qual incorporava as funções de pai, comandante e sacerdote na figura individualizada do rei.

No entanto, esse gesto fundador do campo não institui o discurso político como um discurso constituinte, já que essa cisão não implica a autonomia do campo como legitimador, como fonte autorizadora de si e de outros discursos. Como defende Maingueneau (2010), a constituição dos discursos constituintes se apreende segundo duas dimensões indissociáveis: a construção da própria emergência no interdiscurso, assegurando sua legitimidade, e a coesão discursiva, ou a constituição de uma totalidade textual, pelo agenciamento de elementos com os

quais se organiza esse todo. Para a análise do discurso, como adverte o autor, essas duas dimensões precisam estar imbricadas, ser simultâneas, para que se possa apreender um discurso constituinte.

O fato é que, mesmo considerando-se esse caráter paradoxal do discurso político, ele não pode ser caracterizado como um discurso constituinte. Por isso, é frequentemente atravessado por outros discursos, como o discurso da mídia, por exemplo. É justamente por não ser um discurso constituinte que o discurso político aceita a usurpação de seus limites pelo discurso da mídia, no fenômeno aqui investigado. Ora, como bem explica Maingueneau (2008a), os discursos constituintes instituem zonas de fala entre outras falas e, ao mesmo tempo, preponderam sobre elas, não podendo ser subordinado ou atravessado pelas falas de discursos não constituintes, o que, na realidade, ocorre continuamente na construção do discurso político.

Vale ressaltar um aspecto importante desse discurso: a ação militante, que se manifesta, nessa esfera da produção discursiva, como uma agência. Na acepção de O'Donnell (2011), a agência envolve tanto o domínio de razão prática quanto o discernimento moral. Para esse autor, a agência, no regime democrático ou na democracia política – expressões usadas como equivalentes –, “implica o pressuposto da capacidade de tomar decisões consideradas razoáveis e que podem ter consequências importantes, tanto em termos de agregar votos quanto do exercício de cargos governamentais e estatais” (p. 36). Daí porque o cidadão(ã)/agente representa a unidade individual básica, o microfundamento mesmo da democracia.

É considerado agente, nessa perspectiva, o cidadão que, em eleições razoavelmente competitivas, livres, igualitárias, decisivas e inclusivas, é capaz de exercer uma opção de voto (em um dos candidatos, em branco, nulo, ou não comparecer, por exemplo), bem como tem o direito de tentar ser eleito. Os detentores de tais prerrogativas são considerados pelo autor como cidadão(ãs) políticos(as). “Por sua vez, esses direitos e liberdades definem o cidadão(ã) como um(a) agente” (O'DONNELL, 2011, p. 35). Embora nem todos os indivíduos queiram exercer tais prerrogativas, elas são facultadas igualmente a todos pelo regime democrático. Em suma, a agência, nessa perspectiva, é delegada a todo e qualquer cidadão, e seu exercício qualifica o cidadão político como agente.

A militância editorial se executa, nessa conjuntura, na forma da ação do agente-cidadão, no exercício reconhecido e legalmente amparado de seu direito à participação política, civil, social e cultural, inerente à democracia política. Essa agência, obviamente, como exposto, é prerrogativa de qualquer cidadão, inclusive do agente do campo da mídia, que é, antes de tudo, um cidadão, conquanto possui a autoridade potencial para exercer o poder agentivo que a democracia política lhe confere, por meio da participação ativa no processo eleitoral. Assim como a competência para utilizar os recursos discursivos mobilizados na ação do sujeito com o uso dos gêneros próprios a determinado domínio discursivo, como o campo do jornalismo, por exemplo, atribui agência ao sujeito que participa desse campo, a autoridade potencial para exercer os direitos civis em um pleito eleitoral confere agência ao cidadão político.

Mas a agência, em ambos os casos, não se restringe a um atributo potencial. O conceito de agência, nos dois usos, implica um duplo estatuto: evoca uma potencialidade e descreve uma ação. O domínio dos gêneros utilizados num campo confere ao usuário uma competência genérica com a qual adquire o poder agentivo, o qual exercita por meio do manejo efetivo dos mecanismos retóricos dos gêneros próprios de sua comunidade discursiva. Do mesmo modo, o cidadão adquire os direitos políticos através dos quais se dá o empoderamento – nas palavras de O'Donnell (2011), que ele escolhe pôr em prática através de sua atuação política. Não é o simples estatuto do profissional ou do cidadão, portanto, que define a agência.

Desse modo, o que permite aqui falar em militância editorial é o exercício efetivo dessa agência militante, ou seja, a opção do agente-jornalista por atuar politicamente. E, mais do que a mera atuação política, essa militância se constitui na dissimulação: a agência política é disfarçada na forma de agência genérica no campo do jornalismo. Esse movimento agentivo da mídia para a política configura, no espaço do interdiscurso, a militância editorial, que se exerce, de forma clara, na inscrição dos enunciadores na polêmica do debate político. Vale observar, portanto, nas facetas do polêmico, como esses discursos demarcam o espaço discursivo da militância editorial, bem como os modos pelos quais constroem suas falas e alimentam esse importante debate.

5.2 As facetas do polêmico

Para compreender como o polêmico se manifesta nos textos analisados, é necessário considerar os diferentes sentidos com os quais esse conceito é comumente associado. Como advertem Charaudeau e Maingueneau (2004), essa é uma categoria de manejo delicado, uma vez que o termo é usado em acepções bastante diversas. Como substantivo, “a polêmica” refere-se a um conjunto de textos que se colocam em oposição em relação a determinada questão, a um tema de debate ou mesmo a uma rede de questões relacionadas. Como adjetivo – “um texto polêmico” ou “discurso polêmico”, por exemplo –, associa-se a determinado regime de discurso cujo objetivo principal é a refutação, a contestação. O discurso polêmico, nessa acepção, tem caráter desqualificador e centra-se no ataque a um alvo específico, por meio de recursos retóricos e argumentativos. Essa amplidão no escopo semântico do termo compromete um enfoque mais operacional de tal categoria. Além dessa dificuldade, como acrescentam os autores, a categoria do polêmico pode intervir em diversos níveis do discurso.

Assim, Maingueneau (2010) situa o polêmico como uma categoria de registro – com status semelhante ao trágico, ao épico, ao epidítico, ao satírico ou ao fantástico, dentre outros. O autor argumenta que o registro pode compreender qualquer conjunto de traços linguísticos relacionados a um discurso, sem que se caracterize por sua ocorrência em um único gênero. Suscetíveis de recobrir aspectos bastante diversos, os registros caracterizam-se como unidades transversas, justamente por não estarem circunscritas em um gênero ou um tipo de discurso determinado. As unidades territoriais, por outro lado, como explicado anteriormente, são definidas como espaços previamente delimitados pelas práticas verbais, relacionados a atividades sociais específicas, as quais englobam certo número de dispositivos de comunicação socialmente reconhecidos, os gêneros. Os registros, portanto, enquanto unidades transversas, atravessam os múltiplos gêneros de discurso e os tipos nos quais se agrupam.

Três espécies de registro são identificadas por Maingueneau (2010): os linguísticos, os funcionais e os comunicacionais. Os registros linguísticos são definidos a partir de bases enunciativas, ou por meio das estruturas textuais, ou ainda através de associações estatísticas de marcas linguísticas. Os registros

funcionais, por seu turno, associam-se principalmente às célebres funções da linguagem de Jakobson, relacionados a aspectos de ordem psicossociológica. Já os comunicacionais, constituídos pela associação de traços linguísticos, funcionais e sociais, incidem em determinados gêneros privilegiados, sem, no entanto, enclausurarem-se em suas fronteiras genéricas. É nesse tipo de registro que Maingueneau (2010) situa o polêmico, advertindo, entretanto, sobre a complexidade de distinguir o que é ou não um registro dessa natureza.

O autor esclarece, entretanto, que o polêmico não se associa, indistintamente, ao conjunto das atividades verbais. O polêmico inscreve-se na categoria dos gêneros instituídos, não se vinculando, desse modo, à conversação, à interação oral espontânea. Esse conceito relaciona-se, na verdade, com questões situadas além dos sujeitos em interação. Por isso, Maingueneau (2010) insiste em desvincular a polêmica da discussão, por exemplo, já que a polêmica tem caráter público e, supondo uma sucessão de trocas, pode se estender no tempo, não sendo apenas uma questão pontual, localizada e topicalizada. “Considerando o conjunto das práticas verbais que poderiam ser classificadas como ‘agonísticas’, a polêmica é apenas uma de suas modalidades” (p. 190). Em outras palavras, o bate-boca, a discussão, as disputas verbais, dentre outros embates, a despeito de envolverem posições em conflito, em disputa, o que, obviamente, lhes confere um caráter agonístico, não se confundem com a categoria do polêmico.

5.2.1 Um registro em três dimensões

Diante da dificuldade de manejo metodológico de uma concepção tão vaga como o polêmico, embora reconhecendo que ele se caracterize, indubitavelmente, como um registro do tipo comunicacional, Maingueneau (2010) evoca as três dimensões nas quais tal registro pode se apresentar, para auxiliar o trabalho de análise do discurso: a dimensão enunciativo-pragmática, a dimensão sociogenérica e a dimensão semântica. Mais imediata, a dimensão enunciativo-pragmática é situada no prolongamento da estilística tradicional. Como explica o autor: “Falamos aqui de dimensão ‘enunciativo-pragmática’ para indicar que se pode colocar ênfase não

somente nas *marcas* enunciativas, mas também na *força* ilocucional da enunciação, no interior de certa *encenação* da atividade discursiva” (MAINGUENEAU, 2010, p. 190)

A despeito de considerar a violência verbal uma noção intuitiva, e, por isso mesmo, difícil de descrever em termos linguísticos, Maingueneau (2010) reconhece ser possível identificar certos traços considerados característicos desse registro. Dentre esses traços, destaca-se a presença de marcadores discursivos que denotem oposição, como os conectores adversativos, além de negações polêmicas, apóstrofes, injúrias e termos avaliadores, dentre outros. No entanto, dada a dificuldade em inventariar esses traços quando se trata do texto polêmico, o autor considera que se deve atribuir importância relativa a eles. O estudo do polêmico que defende, em sua dimensão enunciativo-pragmática, busca, de fato, definir invariantes, repertoriar estratégias, de modo a acessar o funcionamento pragmático do discurso.

Nessas condições, para levar em conta de fato a diversidade dos textos polêmicos, a abordagem não pode limitar-se às marcas enunciativas, mas deve levar em conta o “dispositivo” pragmático no qual elas adquirem sentido. Trata-se de pensar uma relação entre lugares, papéis, normas... (MAINGUENEAU, 2010, p. 191-192).

Tendo em vista o *corpus* dessa pesquisa, por exemplo, a análise da dimensão enunciativo-pragmática do polêmico precisaria considerar bem mais que as marcas linguísticas pelas quais os enunciadores encenam discursivamente sua participação no debate. Até mesmo porque, como enfatiza Maingueneau (2010), o polêmico pode estar situado no conjunto do agenciamento enunciativo, e não no texto. Embora se apresentem nos dois enunciados estudados traços incontestáveis da avaliação desfavorável do adversário, além de marcas de aprovação dos grupos apoiados, estes indicadores, por si, não seriam suficientes para descrever a polêmica em sua complexidade. Esses índices poderiam remeter às posições políticas dos discursos envolvidos na polêmica, mas não seria possível, somente a partir deles, visualizar o modo como esse registro permeia o espaço discursivo da militância editorial. Quando se pensa em lugares discursivos e em papéis sociais inscritos nessas instâncias – o que se verifica pela análise das cenas da enunciação e do ethos – e quando se descreve o conjunto de normas com as quais as formações discursivas em confronto organizam seus discursos e, simultaneamente,

interpretam o discurso do seu Outro, é que se pode perceber mais especificamente a incidência do polêmico no interdiscurso.

Nesse sentido, vale lembrar um ponto importante destacado por Maingueneau (2008b): o leque de assuntos realmente debatidos em uma polêmica é relativamente limitado. Embora virtualmente se possa debater sobre uma infinidade de temas, o autor observa que, na realidade, a polêmica se desenvolve em torno de poucos pontos-chave. Ademais, observa que, no jogo de responder aos golpes recebidos e produzir golpes, os discursos envolvidos nas controvérsias dispõem de duas séries de escolhas: respondem aos que lhes parecem mais ameaçadores ou escolhem alguns pontos de ataque dentre os enunciados comumente avaliados como não polêmicos. Essa filtragem, em ambas as escolhas, se dá em função de seus próprios sistemas de restrições e das avaliações que eles permitem fazer sobre pontos fracos dos discursos opositores. Isso permite afirmar que não é exatamente pela temática que a polêmica se origina e se sustenta.

Para Maingueneau (2008b), a polêmica associa-se, na verdade, à “deontologia” da enunciação, situando-se, desse modo, no exterior da semântica dos discursos propriamente dita. No caso, o foco não é o tema da controvérsia, mas uma postura do adversário, avaliada como contraditória em relação às regras do jogo. Maingueneau (2008b) explica:

O essencial se passa alhures, nas infrações que incidem sobre o código dogmático ligado ao campo discursivo. Polemizar no interior de certo campo é apresentar-se implicitamente como aceitando os pressupostos que lhe são associados; a existência de um *corpus* dogmático oficial é apenas a solidificação, o resultado de um fenômeno geral. Se for possível mostrar a não-convergência entre esses “dogmas” e um enunciado do adversário, marca-se um ponto decisivo: violar os princípios democráticos, pôr em causa a virgindade da Virgem Maria, comportar-se como um intelectual pequeno-burguês, contrapor-se às regras eternas do Belo..., os dogmas variam, mas não sua necessidade (p. 110).

A coerência com o código dogmático de determinado campo prevalece sobre a divergência. Isso porque o desacordo entre as formações discursivas envolvidas na polêmica supõe um acordo em torno de um conjunto ideológico comum, relacionado, no caso, às leis do campo discursivo partilhado, para as quais os discursos em polêmica acabam por convergir. Desse modo, “a polêmica sustenta-se com base na suposição de que existe um código que transcende os discursos

antagônicos, reconhecido por eles, que permitiria decidir entre o justo e o injusto” (MAINGUENEAU, 2008b, p.111)

Nesse contexto, o autor postula a figura dessa posição neutra, utópica, uma espécie de árbitro – o Papa, o Partido, os especialistas, o eleitor, por exemplo –, ao mesmo tempo interessado pela controvérsia e exterior a ela. Espécie de guardião dos valores que fundamentam o debate, como o bom senso, ou os valores democráticos, esse terceiro espectador, no caso da polêmica, estaria, em tese, ameaçado. Ao propor essa figura, o autor chama atenção para a dimensão teatral que a enunciação polêmica assume, o que faz pressupor, nos discursos dos adversários, a existência de normas que se impõem a ambos. É justamente esse pressuposto que os autoriza a polemizar. A ameaça à comunidade sustentada nos valores simbolizados pela figura desse terceiro enunciador é precisamente o que sustenta a enunciação polêmica.

Como acrescenta Maingueneau (2010, p. 192), “é inevitável que, numa polêmica que assume alguma amplitude, por sua ressonância ou por sua duração, os atores tendam a apelar para o fundamento, indo além do objeto imediato que desencadeou a polêmica.” Interessante notar que, embora apto a decidir, e por isso mesmo implícita ou explicitamente evocado na polêmica, esse suposto tribunal é incapaz de dar termo a ela. Por isso é que o autor afirma que o terceiro neutro, cujo debate supõe e do qual pretende apropriar-se, para, assim, silenciar o seu Outro, é, de fato, a História. Justamente a mesma que suscitou a polêmica. Somente ela é capaz de intervir, definindo um vencedor. Embora a vitória seja quase sempre provisória. Ou, em muitos casos, não se busque exatamente encerrar o debate, mas alimentá-lo.

Nos discursos investigados, a presença desse terceiro espectador é claramente observada no argumento à democracia. A recorrência a um valor que se impõe não somente aos discursos em oposição, ou aos partidos em disputa eleitoral, mas que impera para além dos próprios campos da mídia e da política, denuncia o apelo ao discurso constituinte da filosofia para amparar a participação na encenação da polêmica. Como visto na análise do ethos, os enunciadores apresentam-se como paladinos da democracia, a qual estaria ameaçada pela investida do grupo político adversário – no caso de OESP, a “*facção*” petista; para CC, os “*tucanos, novos intérpretes do pensamento udenista*”. Embora o princípio superior evocado nos dois discursos seja o mesmo, e este, indubitavelmente, seja reconhecido como valioso

pelo conjunto da população, aí incluídas as comunidades dos destinatários dos dois enunciados, o recurso a essa entidade se dá de forma diversa.

De fato, esse terceiro espectador presente nos discursos de OESP e CC institui-se, realmente, num plano que transcende a questão mais pontual do debate, qual seja, a adesão política às candidaturas concorrentes. Ocorre que a recorrência aos valores democráticos não se dá, como se poderia supor, pela necessidade de preservá-los ou assegurá-los. Em tese, a democracia brasileira não estaria ameaçada com o resultado eleitoral, qualquer que fosse ele, uma vez que seu critério mais significativo – a existência de eleições competitivas, livres, igualitárias, decisivas e inclusivas, como salienta O'Donnell (2011) –, estaria assegurado. Além disso, é evidente a existência do debate público, no qual os enunciadores, inclusive, instituem suas falas, permitindo a participação irrestrita do agente/cidadão, o que o próprio recurso do editorial comprova. Daí se afirmar, com base em Maingueneau (2010), que o apelo à democracia como o terceiro espectador, no caso, também constitui uma simulação. Isso porque a suposta incapacidade moral do grupo da situação ou o retorno ao poder da oposição, que já governara anteriormente, não são argumentos suficientes para polemizar sobre uma ameaça à democracia.

Esse recurso é, portanto, uma estratégia para vincular a causa defendida a um bem supremo, sobre o qual os argumentos contrários não pudessem se sustentar. Tal mecanismo, inclusive, é evocado nos dois discursos, mas com valores distintos, como posto acima. O apelo à democracia em CC, por exemplo, é sustentado pela alusão a um possível retorno da ditadura. A reconstrução do cenário de terror dos anos de chumbo funciona, nesse discurso, como estratégia de ativação da memória política do leitor, e não se dá como uma afirmação do valor em si da democracia, mas pela referência à lembrança justamente da sua ausência, que é a ditadura. Esta, aliás, uma mácula histórica cristalizada na memória coletiva do país e continuamente reforçada nas instituições acadêmicas, no campo político e na própria mídia.

O resgate da memória da ditadura se dá, no plano do texto, pela menção de agentes ou de situações emblemáticos do período, como “*a censura e a prisão sem mandatos*”, ou “*sequestros por janízaros à paisana*”, ou ainda através da comparação entre a “*Marcha pela Família, com Deus e pela Liberdade*” e as manifestações organizadas no período eleitoral de 2010. Com isso, a enunciação promove a encenação de um momento histórico sobre o qual paira um relativo

consenso, pela vinculação com a ideia de autoritarismo, de violência física e, principalmente, pela alusão à censura. Esta última, continuamente lembrada e relacionada, no imaginário coletivo brasileiro, com a causa das atrocidades cometidas pelo regime militar. A liberdade de expressão, valor caro ao exercício do jornalismo no Brasil, bem como a outras atividades, é continuamente reforçada pela remissão à censura imposta por aquele regime.

Em OESP, como apontado anteriormente, a recorrência à democracia se dá, diferentemente, pela alusão explícita aos “*valores essenciais ao aprimoramento senão à própria sobrevivência da democracia neste país*”. Ao centrar a invocação do terceiro espectador na recorrência aos “*valores éticos*”, esse enunciador encena uma disputa que não se dá pela ameaça ao funcionamento da instituição democrática do governo, ou do exercício mesmo da democracia, mas pela “*escandalosa deterioração moral*” com a qual a democracia supostamente estivesse sendo tratada. Aqui, o “**Estado**” assume a defesa do “*Estado*” contra o “*grande mau exemplo*” de Lula e de seus aliados políticos, a quem é associada a “*postura nada edificante de um chefe de Estado que despreza a liturgia que sua investidura exige*”. A aliança do “**Estado**”/empresa jornalística com o “*Estado*”/nação fundamenta a intimação do terceiro espectador da democracia ao palco da polêmica, no qual os adversários são confrontados.

Interessante observar, em relação ao discurso de OESP, é que há uma referência implícita à liberdade de imprensa, na alusão à presumida contrariedade do presidente Lula, tendo em vista a “*cobertura que o **Estado**, como quase todos os órgãos de imprensa*” fazem do governo petista. A possibilidade de reiterar essa forma de atuação da mídia existe justamente pela prerrogativa facultada a esse campo por meio da liberdade de expressão, assegurada constitucionalmente após o regime militar. Essa segurança constitucional parece respaldar a posição do enunciador, o que explica a ênfase que ele dá à continuidade da postura editorial do jornal, na previsão: “*E muito menos lhes serão agradáveis as opiniões sobre esse assunto diariamente manifestadas nesta página editorial*”. Note-se que não há, nesse caso, a presunção de ameaça a essa prerrogativa, o que implicaria também uma ameaça ao terceiro espectador – a democracia –, como se percebe no discurso de CC. Desse modo, observa-se que a democracia, no discurso de OESP, é evocada com base nos “*valores éticos*” a ela relacionados, e não como um bem simbólico cuja ação do adversário pudesse colocar em risco.

Outro traço relevante da dimensão enunciativo-pragmática, além desse terceiro espectador, para Maingueneau (2010), é a identificação da dinâmica das trocas como aspecto essencial do polêmico. Para o autor, só pode haver polêmica retrospectivamente, ou seja, é preciso haver algo a responder para que alguém entre no debate e provoque, por outro lado, novos enunciados. Nesse sentido, a inscrição dos enunciados na cena enunciativa – como uma resposta a Lula, em OESP, ou como oposição à ditadura, na defesa de Dilma contra a acusação de “*guerrilheira*”, em CC –, demonstra, indubitavelmente, a ação de um metadiscorso, em relação ao qual cada um dos enunciadores formula sua enunciação, de modo a favorecer sua argumentação e conquistar o apoio dos destinatários.

Ademais, como enfatiza o autor, o polêmico tem vinculação estreita com a oralidade. Para ele, algo relacionado ao corpo e à oralidade é acionado sempre que se exerce uma violência por meio da linguagem. Esse movimento de corpo é próprio da constituição do ethos em qualquer discurso. Entretanto, torna-se mais facilmente identificado pela imersão no polêmico, o que se confirma nos discursos estudados. Essa relação com o movimento de corpo e com a presença da oralidade se pode visualizar de forma mais enfática em OESP, como defendido anteriormente, com a identificação de um anunciador exaltado, bastante comprometido emocionalmente com a causa defendida, cuja fala parece mais condizente com o discurso de palanque. E, como observado, ocorre de forma mais pausada, mais eloquente, intelectualizada e professoral, na enunciação de CC, cujo amparo na racionalidade parece mais evidente.

Esses traços do polêmico, no entanto, situam-se em uma dimensão enunciativo-pragmática, estando, desse modo, articulados à encenação da atividade retórica, e sua força ilocucional. Maingueneau (2010) acrescenta a essa abordagem do polêmico a dimensão sociogenérica, argumentando que ela orienta a análise para as práticas discursivas efetivas nas quais essa atividade se realiza, situando-a no tempo e no espaço e articulando-a com o conjunto das práticas a ela associadas. O autor considera que, em cada conjuntura histórica, delineia-se uma configuração específica, relacionada ao objeto da polêmica, aos atores envolvidos, aos suportes e circuitos por onde circulam seus enunciados, bem como aos momentos específicos em que se travam os debates. Embora se trate de um registro, o autor defende que cada texto polêmico envolve um quadro comunicacional, um gênero associado a determinado suporte, com espaços definidos de circulação.

Essas características definem para esse texto um modo de existência, que está relacionado, ainda, a certa temporalidade, por meio da qual ele se constitui enquanto acontecimento discursivo, que adquire sentido em relação a outros da mesma ordem. A dimensão sociogenérica associa-se, pois, à folhetinização dessa memória polêmica interna, testemunhada por um público relativamente fiel, e às condições nas quais os enunciados polêmicos são produzidos e circulam. Consoante Maingueneau (2010, p. 194):

O polêmico, para um espaço histórico dado, desenha uma configuração característica: sobre o que se polemiza (sobre a graça de Deus ou sobre o véu islâmico? Sobre o estilo de Flaubert ou sobre a pornografia?...)? quem polemiza? em quais suportes? passando por quais circuitos? etc. Sabe-se que existem momentos privilegiados para as polêmicas.

O campo político é, por sua própria configuração, um palco privilegiado para a encenação do polêmico, e o período eleitoral representa o momento em que o debate político ganha maior ressonância, o que favorece o arranjo de um quadro comunicacional em que esse registro se apresente de forma mais visível. Nas eleições de 2010, a constituição desse palco apresenta detalhes bastante significativos, que contribuem para a configuração de um clima propício à adesão pública dos veículos de comunicação aqui investigados às candidaturas em disputa. Nesse sentido, vale lembrar que, depois de dois mandatos consecutivos, e “*com níveis de popularidade sem precedentes*”, como lembra OESP, Lula apresenta uma candidata praticamente desconhecida do conjunto da população brasileira. Além disso, o escândalo político mais sério de seu governo, devidamente explorado no primeiro turno das eleições, parece afetar a imagem do partido do presidente (PT), o que talvez justifique a derrota do candidato petista ao governo de São Paulo, José Genuíno, para o candidato do PSDB, Geraldo Alckmin, adversário de Lula nas eleições presidenciais de 2006.

Esses, além de outros fatores, como a força política do candidato José Serra – governador de São Paulo eleito em 2006, adversário de Lula na disputa presidencial de 2002, Ministro do Planejamento e da Saúde nos governos de Fernando Henrique Cardoso, dentre outras importantes participações na vida política do país –, permitiam ao grupo da oposição acreditar na possibilidade de retomada da presidência. Somado a isso, o crescimento significativo do candidato do PSDB,

às vésperas da votação do primeiro turno, e a conseqüente queda da candidata petista, fizeram acirrar ainda mais as discussões, trazendo à tona questões aparentemente alheias à temática política privilegiada daquele pleito, mas bastante exploradas nas disputas eleitorais, especialmente a partir das eleições de 2002, quando Lula derrotara Serra.

De modo semelhante ao fenômeno observado por Rubim (2004), ao analisar as eleições presidenciais de 2002, nesse pleito, o caráter propositivo das candidaturas em disputa é relegado a segundo plano. Questões como a condução da política econômica e a continuidade dos investimentos nos programas sociais do governo Lula, ou ainda as políticas de educação e de cultura, por exemplo, são tratadas apenas tangencialmente, como forma de cumprir o *script* básico do programa eleitoral. Assim também ocorre com a divulgação das agendas dos candidatos e das pesquisas de intenção de votos. As plataformas políticas dos candidatos, pretensas sínteses do potencial competitivo de cada um, são postas de lado. Não se incluem, portanto, na temática privilegiada da polêmica, esta desviada para questões como o aborto e as privatizações de estatais.

Isso porque, como noticiado nos principais veículos de comunicação, como o próprio OESP (Vide anexo 1), a temática do aborto assume, na reta final do primeiro turno, lugar central na pauta das discussões políticas, graças à veiculação, principalmente por meio das redes sociais da internet, de que a candidata Dilma seria favorável a essa prática. A força desse boato fez irradiar pelos principais meios de comunicação uma discussão acalorada, de caráter moralista, centrada nas opiniões pessoais dos candidatos a respeito de um tema controverso. A possível legalização do aborto é, inclusive, alheia ao repertório de assuntos relacionados à função específica do presidente da república, já que se trata de pauta do poder legislativo, o que configura um desvio do debate público de temas com os quais estaria constitutivamente implicada a disputa presidencial. Interessante notar é que, em nenhum momento da campanha, até então, o tema do aborto havia sido mencionado por qualquer um dos candidatos.

Esse fato é bastante curioso, do ponto de vista do discurso, porque ilustra, no campo religioso, um movimento semelhante ao que se denomina aqui de militância editorial. A participação ativa de setores religiosos na disputa se dá por meio da divulgação de textos com a recomendação de voto em candidatos contrários à prática do aborto, inclusive, no caso da Igreja Católica, com alusão a Dilma e ao PT.

Tais textos associam-se a uma série de outros enunciados que funcionam, no caso, como gêneros irradiadores dos discursos em confronto. A realização do segundo turno, ainda incerto a poucos dias da votação do primeiro turno, é assegurada graças ao recuo de Dilma nas pesquisas eleitorais. É visível a oscilação dos percentuais alcançados pela candidata petista, entre os últimos dias antes da votação do primeiro turno, realizada no dia 3 de outubro, e o início do segundo turno, como se pode verificar nas figuras 4 e 5.

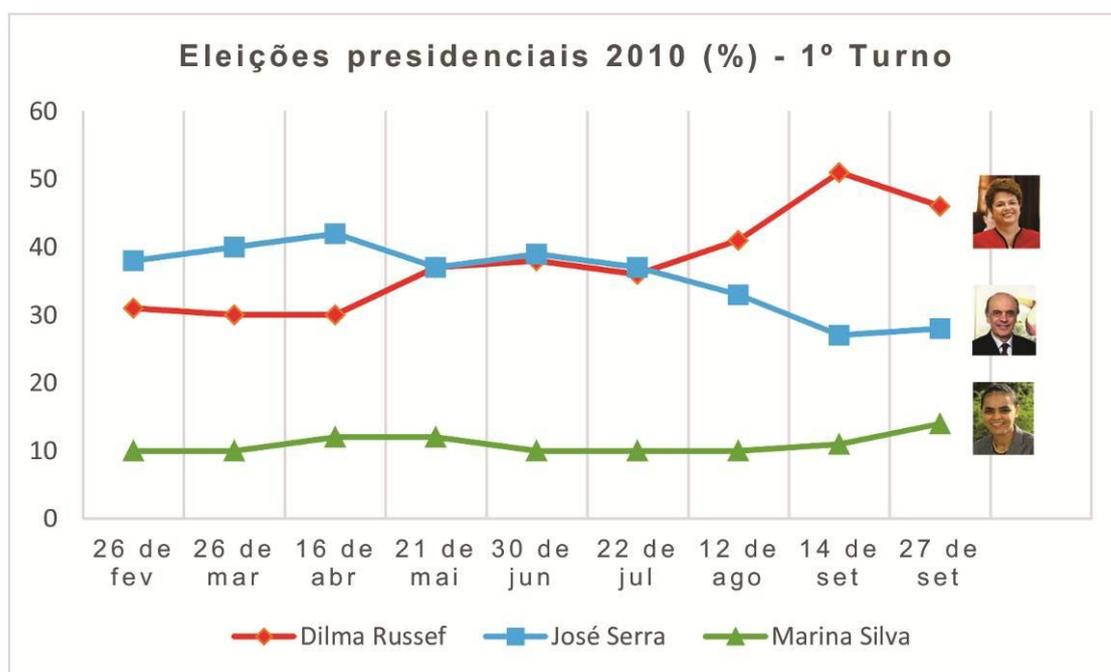


Figura 4 – Pesquisas eleitorais 2010 (1º turno)

Fonte: adaptado de <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2010/presidente/indice-1.shtml>

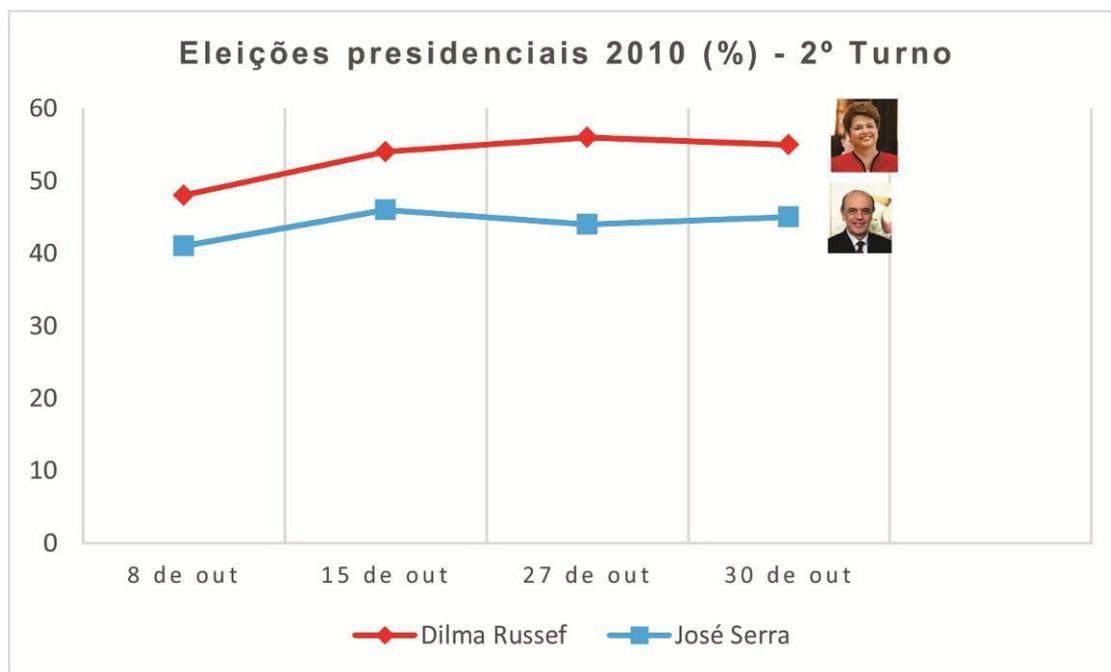


Figura 5 – Pesquisas Eleitorais 2010 (2º turno)

Fonte: adaptado de <http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2010/presidente/indice-1.shtml>

Essa oscilação coincide justamente com a instauração do debate em torno do aborto nos meios de comunicação, intensificada com a divulgação dos textos religiosos e das réplicas por eles suscitadas. Tais textos, a maioria originados no âmbito católico da Arquidiocese de São Paulo, são distribuídos na forma impressa e replicados incessantemente nas redes sociais, subsidiando os discursos da militância dos dois partidos em disputa e de seus apoiadores em outros estados do país. Além dos textos formalmente originados dessa instituição religiosa, há ainda a impressão de panfletos apócrifos apreendidos pela Polícia Federal, após denúncias do PT, cuja responsabilidade pela encomenda e pelo pagamento é atribuída ao Bispo D. Luiz Gonzaga Bergonzini, da Diocese de Guarulhos-SP, um dos religiosos católicos mais engajados na campanha contra Dilma (Vide anexos 2 e 3).

Não se pode afirmar, é claro, que a Igreja Católica tenha sido a responsável pela mudança de cenário no processo eleitoral – outros fatores, inclusive o posicionamento de setores evangélicos, precisariam ser observados –, ou ainda que tenha se partidarizado a partir das eleições de 2010. Até mesmo porque, embora a instituição tenha atuado de forma mais explícita nesse pleito, o posicionamento político dos diversos setores do catolicismo brasileiro não é algo inédito. A própria história do Partido dos Trabalhadores e de outros partidos fundados com base no

ideário de esquerda está associada à atuação político-religiosa dos adeptos da Teologia da Libertação. O cerne dessa doutrina consiste na ideia de que a Igreja deve adotar a opção preferencial pelos pobres, aliando-se a eles em sua luta contra a opressão social. Essa articulação entre Igreja e movimentos sociais e comunitários originou a criação de partidos e sindicatos. Muitos de seus fundadores forjaram sua educação política nas Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), associações de religiosos e leigos que, por meio da práxis religiosa, buscavam a formação dos grupos, nos quais realizavam a educação popular. Como defende Preiswerk (1997, p. 215):

A teologia da libertação, como a Educação Popular, é uma prática e uma teoria que se elabora com os setores populares. É uma reflexão sobre a fé, sobre a experiência de Deus vivida em um contexto de opressão. É uma reflexão, feita à luz do Evangelho, sobre a práxis dos pobres e daqueles que se identificam com eles. A teologia da libertação está situada socialmente, postula que o fato de levar a sério a opressão sob uma perspectiva socioeconômica, cultural e religiosa, conduz a uma nova maneira de fazer teologia.

Paralelamente a esses movimentos, a ideia de se propor uma nova teologia – ou a eclesiogênese (um novo tipo de Igreja), nas palavras de Boff (2005) – e a insatisfação de setores mais conservadores da sociedade e da própria Igreja acabaram por acirrar o debate interno, o que culminou com a repressão do movimento eclesial e da divulgação da Teologia da Libertação. Embora muitos de seus ideólogos tenham sido condenados ao silêncio obsequioso e muitos tenham saído da Igreja, diminuindo sensivelmente a participação política de seus representantes, não se verifica, com isso, uma mudança tão significativa, ao ponto de afastar completamente seus representantes de atividades políticas. O ativismo pastoral, no entanto, é fortemente reprimido, o que se dá, em grande medida, pela atuação do cardeal Joseph Ratzinger, que mais tarde se tornaria Papa, sucedendo João Paulo II (BOFF, 2005).

Ocorre que, no pleito de 2010, o ativismo político da Igreja Católica parece recrudescer. Entretanto, nesse caso, a militância religiosa não se dá de forma orgânica, com base na identidade ideológica ou teológica com determinada agremiação partidária, como se observa no ativismo religioso embasado na doutrina da Teologia da Libertação. Mas parece manifestar-se como uma atuação política, embora discursivamente justificada pela avaliação moral dos valores individuais dos

candidatos e do credo partidário. A avaliação dos candidatos, a partir da suposição de suas crenças, é que, de fato, aparece como o argumento para a atuação política nas eleições de 2010. Nesse caso, curiosamente, ocorre a interferência direta do Papa Bento XVI⁵ (Vide anexo 4), o mesmo Cardeal Ratzinger, Prefeito da Congregação para a Doutrina da Fé (antiga Inquisição, ou Santo Ofício), no papado de João Paulo II. Nesse período, vale ratificar, a atuação política de representantes da Teologia da Libertação foi duramente reprimida, inclusive com a condenação de cerca de 140 teólogos da Igreja ao silêncio obsequioso (BOFF, 2005). Com isso, a hegemonia do campo religioso pelos setores considerados pelo autor como mais conservadores é assegurada, o que contribui para um recuo da ação política da Igreja desde a década de 1990. Os atores que assumem o ativismo político do campo católico nas eleições de 2010, portanto, tendo em vista a outorga papal, parecem advir desses setores.

O que se infere dessa movimentação política da Igreja Católica, assim como o que ocorre no campo da mídia e em outras esferas, é que há um sinal explícito do acirramento significativo do debate político nas eleições de 2010. E isso não se pode vincular unicamente ao eco das disputas ideológicas constitutivas do campo político, continuamente alimentadas pelo processo eleitoral. A ação da mídia, nesse processo, especialmente por formas diversas das práticas tradicionais, com a ampliação das interações midiáticas via internet, tem papel fundamental nesse processo. Entretanto, a compreensão do evento discursivo aqui estudado não pode ser vislumbrada apenas pelo viés histórico. É necessário explorar a dimensão semântica da polêmica.

Nessa dimensão, o que está em questão não são as marcas linguísticas, ou o dispositivo pragmático, ou mesmo as práticas discursivas por meio das quais se manifesta esse registro, mas as identidades que, reciprocamente, pressupõem e constroem os conflitos. Como explica o Maingueneau (2010), nessa abordagem, é imperativo que se entre na construção da identidade semântica dos discursos envolvidos na polêmica, de modo a relacionar a interação polêmica ao

⁵ A interferência direta do Papa Bento XVI realiza-se por meio da divulgação massiva de um discurso proferido em reunião com bispos brasileiros. No discurso, o Papa propõe que os religiosos e leigos interfiram nas matérias políticas, e os orienta a “lembrar a todos os cidadãos o direito, que é também um dever, de usar livremente o próprio voto para a promoção do bem comum”, no caso, o combate à descriminalização do aborto. Embora cite, genericamente, “o bem comum”, apenas as temáticas do aborto da eutanásia são referidos na fala do Papa.

funcionamento do campo discursivo do qual fazem parte os posicionamentos em choque. Como assevera Maingueneau (2010, p. 195-196):

Para que haja polêmica, é necessário que sujeitos que ocupam certo lugar percebam tais ou tais enunciados como intoleráveis do ponto de vista desse lugar, a ponto de julgarem necessário entrar em conflito com a suposta fonte desses enunciados. A partir daí, o analista é levado a valer-se de hipóteses fortes sobre a discursividade, o interdiscurso e a fronteira constitutiva da identidade. [...]

A questão que se põe de modo particular é a de saber se a relação com o adversário é um acidente exterior ou se ela é constitutiva da identidade do posicionamento.

Considerando que o polêmico representa um verdadeiro nó para os estudos da análise do discurso, tendo em vista que suas três dimensões mobilizam recursos conceituais diversos – a dimensão enunciativo-pragmática recorre às correntes pragmáticas e à semiótica actancial; a dimensão sociogenérica fundamenta-se na análise do discurso, na história e na sociologia; a dimensão semântica necessita de uma visão parafilosófica do sentido e uma reflexão antropológica da subjetividade –, Maingueneau (2008b) propõe tratar a polêmica como interincompreensão.

5.2.2 A semântica da interincompreensão

Destacando o caráter constitutivo do polêmico, Maingueneau (2008b) afirma que há uma grade semântica que delimita cada discurso e, ao tempo em que demarca suas fronteiras, funda, nesse mesmo movimento, o desentendimento recíproco. Isso ocorre porque os sentidos produzidos pelos enunciados do Outro não são levados em conta para a formulação das posições enunciativas. Estas se constroem com base nas regras de suas próprias formações discursivas. Nesse contexto, produzem o que o autor denomina de interincompreensão generalizada. Tal processo se dá justamente porque o sentido, em um espaço discursivo dado, não se relaciona a uma posição absoluta, como enfatiza Maingueneau (1997), mas se constrói num intervalo entre posições enunciativas. O sentido não é estável. Daí porque, para o autor:

A “incompreensão”, resultante do mal-entendido e do malogro ocasionais, se transforma em “interincompreensão” porque obedece a regras e estas regras são as mesmas que definem a identidade das formações discursivas consideradas. Dito de outra forma, o sentido aqui é um mal-entendido sistemático e constitutivo do espaço discursivo” (p. 120).

Esse “mal-entendido” constitutivo ocorre porque, como esclarece Maingueneau (2008b), cada posição discursiva é vinculada a um dispositivo por meio do qual interpreta os enunciados de seu Outro, tomando por base as categorias do registro negativo de seu próprio sistema. Esse fenômeno é denominado de tradução. A compreensão dos enunciados do Outro, na tradução, se dá no fechamento semântico do intérprete, uma vez que, como enfatiza o autor, um discurso somente pode haver-se com seu Outro a partir do simulacro que dele constrói. Essa é uma forma de garantir sua identidade no espaço discursivo. O discurso-agente, nessa perspectiva, é o que se institui na qualidade de tradutor, e o discurso-paciente, o que é traduzido. Obviamente, como ressalta o autor, é em proveito do primeiro que a atividade da tradução se efetiva.

Como um “diálogo de surdos”, na tradução proposta por esse autor, o significante linguístico é preservado; sua estabilidade não é ameaçada. O que ocorre, nesse caso, é uma interpretação do enunciado do Outro com base nas categorias do sistema do intérprete. Portanto, considerando a zona de interincompreensão recíproca, ignoram-se as regras da formação discursiva do discurso traduzido, para negá-lo. No entanto, isso não se dá de modo simétrico, posto que não pode haver simetria entre as traduções de discursos antagônicos, uma vez que estes formulam seus simulacros a partir de regras também antagônicas.

Esse jogo de sentidos é também observado por Bourdieu (2007), ao analisar a mudança de registro na crítica teatral. Há, na passagem de um registro a outro da crítica, uma dinâmica que favorece a inversão hierárquica das propriedades designadas, como explica:

À semelhança do que se passa em um jogo de espelhos, cada um dos críticos, situados em posições extremas, pode dizer exatamente o que diria o crítico do lado oposto, mas em condições tais que suas palavras assumem um valor irônico e designam por antífrase o que, precisamente, é elogiado pelo crítico do lado contrário (p.219).

Nessa tradução, aquilo que é valorizado, apoiado, na perspectiva de uma posição, assume um valor contrário na apreciação dos críticos do lado oposto. Esse movimento observado pelo autor associa-se à distinção, origem da dinâmica do funcionamento dos campos de produção cultural. Mas, pela lógica das homologias, expande-se para outros campos, o que permite verificar, no domínio discursivo da mídia, ou na interseção desse campo com a política, bem como em qualquer espaço atravessado pelo polêmico, esse jogo especular de sentidos, no qual a produção de simulacros é a base do “diálogo”, ou no qual o próprio diálogo se dissimula pela concorrência de solilóquios. De qualquer modo, pode-se afirmar que, no discurso polêmico, a concordância não se vislumbra, uma vez que esse fenômeno tem sua razão de ser no dissenso e, portanto, no desentendimento recíproco.

Como advoga Maingueneau (2008b), vale lembrar, a relação com o Outro é constitutiva, apresentando-se como um elemento do funcionamento da formação discursiva. Ao construir sua identidade, um discurso define também as imagens que o seu Outro pode assumir. “Como se vê, a formação discursiva não define somente um universo de sentido próprio, *ela define igualmente seu modo de coexistência com os outros discursos*” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 106). Existem discursos, como exemplifica o autor, cuja semântica pressupõe a pluralidade de discursos, ao contrário de outros, cujo funcionamento reivindica o monopólio da legitimidade. Em ambos os casos, no entanto, há uma distância constitutiva que separa um discurso de um ou de vários outros discursos. Nesse sentido, como ilustra Maingueneau (1997), a leitura de um enunciado de determinada formação discursiva pode se dar em seu “direito” ou em seu “avesso”, conforme seja feita na perspectiva de seu próprio discurso ou de seu Outro, o que se verifica no processo de tradução. Assim, o surgimento das polêmicas com as quais se envolvem as formações discursivas não pode ser considerado algo contingente, circunstancial. Tais polêmicas são, na verdade, “a atualização de um processo de delimitação recíproca, localizado na própria raiz dos discursos considerados” (p. 120).

No caso dos enunciados analisados, o fenômeno da tradução pode ser claramente vislumbrado na alusão ao vocábulo “*guerrilheira*”, em relação à candidata Dilma. O texto é introduzido justamente com referência a essa terminologia. A alusão ao discurso adversário é resumida na expressão “*há quem diga*”, por meio da qual o discurso remete ao seu oponente, responsabilizando-o por uma utilização pejorativa do vocábulo, como expresso na frase “*Negativamente, está*

claro". A identificação do Outro, nesse "quem" genérico, busca situar, no próprio discurso, a imagem do discurso adversário, o qual precisa ser desconstruído. Essa desconstrução não se dá, como a princípio se poderia supor, pela mera discordância da afirmação do Outro, mas pela tradução de sua fala como preconceituosa e, principalmente, infundada. Nesse sentido, o discurso de CC busca ancorar sua tradução em fatos, como forma de legitimá-la, asseverando que "a verdade factual é outra". Com esse argumento, levanta dúvidas também sobre a honestidade da avaliação de seu oponente.

A partir daí, esse discurso opera no sentido de contextualizar o "destemido passado" da candidata, argumentando que a "jovem Dilma" jamais pegara em armas, embora possa ter pensado nisso. Com essa afirmação, busca excluir o termo "guerrilheira", como qualificador de Dilma, do repertório simbólico da luta armada, associando-o a atributos como juventude, ousadia e coragem. Dilma é apresentada como alguém que "enfrentou riscos vertiginosos", dentre os quais destaca a "censura", a "prisão", o "sequestro", a "tortura" e a "morte". O termo "guerrilheira", nessa perspectiva, é ressemantizado, com base na matriz simbólica dessa formação discursiva. As ações que poderiam caracterizá-lo, como a violência física da luta armada, são simbolicamente excluídas da história pessoal da candidata, substituídas pela imagem de "quem se opôs à ditadura", a quem "Carta Capital respeita, louva e admira".

Essa estratégia de neutralização do sentido negativo presumido para o vocábulo "guerrilheira" parece funcionar como um preâmbulo necessário para a apresentação da imagem da candidata proposta por esse discurso. Ressaltem-se, nesse caso, as incertezas levantadas pelo discurso adversário em relação a Dilma, por não ter sido anteriormente testada nas urnas, e ainda pela pequena visibilidade de sua atuação política, o que leva OESP a atribuir sua participação no pleito à atuação de Lula, como "a invenção de uma candidata", com a qual resguardaria sua perpetuação no poder. A estratégia de CC, portanto, funciona no sentido de assegurar autonomia a Dilma, apresentando-a não como uma "invenção", ou como uma ameaça – o que o termo "guerrilheira" poderia fazer supor – mas como alguém que, pela participação no passado histórico da ditadura militar, apresenta-se na disputa com os predicados necessários, ou "inegáveis qualidades": "a competência, a seriedade, a personalidade e a lealdade a Lula".

A ativação do sentido negativo do termo “*guerrilheira*”, e sua posterior desconstrução busca ainda, como sugerido anteriormente, desqualificar o discurso adversário, atribuindo-o à “*ignorância da história do país*” ou à simpatia pela ditadura militar. Nesse sentido, a tradução se realiza amparada no universo de sentido da formação discursiva à qual o discurso de CC se acha vinculado. E não se efetiva com base numa provável incoerência semântica do termo. A estabilidade do significado da palavra “*guerrilheira*” não é, no plano do enunciado, ameaçada. O que ocorre aqui é uma desconstrução da legitimidade do sentido atribuído pelo Outro – “*o cidadão e a cidadã que se precipitam naquela definição*” – justamente pela suspeição quanto à fidelidade do discurso adversário ao terceiro espectador, a democracia. Ora, sugerir que essa leitura do termo “*guerrilheira*” pode ser feita pelos que “*têm saudade da ditadura*” ou pelos que talvez “*estivessem na Marcha da Família, com Deus e pela Liberdade*” é o mesmo que dar a crer que o adversário, ao apoiar a ditadura, desrespeita a democracia. Na polêmica política, especialmente na arena em que tais discursos se formulam, o respeito à democracia implica o cumprimento às normas que se impõem a ambos os discursos. O descumprimento a essas normas pelo discurso opositor seria, no caso, o fundamento para polemizar.

Mas, como exposto anteriormente, a ratificação da fidelidade às regras democráticas, e a denúncia da transgressão do discurso opositor às mesmas regras, nos enunciados estudados, funcionam como um recurso ao terceiro espectador, uma forma de visualizá-lo, considerando-se o suposto consenso em relação a esse árbitro. Ocorre que a centralidade da polêmica nos dois discursos parece se dar em relação a um ponto bastante específico, sobre o qual recai a argumentação dos dois discursos: a figura do presidente Lula. Mais do que um tema ou uma referência, Lula parece encarnar a verdadeira polêmica. Para além do debate eleitoral entre defensores de Dilma ou de Serra, ou entre apoiadores da situação ou da oposição, as bases em que o debate se estabelece parecem assentar-se na aprovação ou no repúdio a Lula. Ele é, ao mesmo tempo, a razão “*por que apoiamos Dilma*”, e “*o mal a evitar*”.

5.2.2.1 O Mesmo e o Outro: entre o lulismo e o antilulismo

O mecanismo da tradução proposto por Maingueneau (2008b) deixa-se observar por meio do levantamento das regras de passagem de uma interpretação a outra. Sabe-se, como explicado anteriormente, que esse mecanismo pressupõe a vinculação constitutiva dos discursos às formações discursivas das quais se originam, o que pressupõe também a incapacidade de lidar com o Outro, sem que dele se possa construir um simulacro. Percebe-se, nos discursos estudados, a definição de regras de interincompreensão fundamentadas, basicamente, no modelo político hegemônico na realidade brasileira, cristalizado na figura do líder petista, então presidente. A referência reiterada a ele não se dá como mera alusão ao governo vigente, mas como o ponto focal da polêmica, cuja configuração parece confirmar o que Kucinski (2007) descreve, tomando por referência as eleições de 2006, como antilulismo.

Como avalia esse autor, o antilulismo tem suas raízes na abertura política, em 1989, com a candidatura do então metalúrgico ao cargo de presidente, nas primeiras eleições diretas após a ditadura. Até 2006, no entanto, ele considera que esse fenômeno restringia-se à cúpula dirigente, no campo da mídia, uma vez que “a massa dos jornalistas era então mais petista que antipetista” (KUCINSKI, 2007, p. 134). A partir da reeleição de Fernando Henrique Cardoso, em 1998, o autor identifica episódios que podem ser compreendidos como um antilulismo espontâneo. Desde esse pleito, a rejeição a Lula pode ser atribuída a uma espécie de tentativa de pertencimento, uma estratégia de participação do reportariado jovem, uma geração que, como afirma, não participara da história política anterior à abertura democrática. O antilulismo, até esse momento, caracterizava-se, como explica o autor, pela exposição da vida íntima do candidato, sua designação reiterada como ignorante, além da tentativa de associar seu partido com a criminalidade, como no episódio ocorrido às vésperas do segundo turno das eleições de 1989, quando a polícia paulista apresentou os sequestradores do empresário Abílio Diniz vestidos com camisetas do PT.

Nas eleições de 2002, no entanto, o antilulismo tem um recuo, o que se deve, na avaliação de Kucinski (2007), à associação do candidato com representantes experientes do marketing político. Nessa campanha, o tom da propaganda eleitoral é

suavizado, com vistas a melhorar a imagem de Lula e de seu partido. Com isso, a vitória da campanha do “Lula paz e amor” assume caráter épico, cristalizado no *slogan* “A esperança venceu o medo”. Essa posição, no entanto, para o autor, é radicalmente invertida nas primeiras medidas recessivas do governo, reativando o antilulismo, que se manifesta de forma agressiva nas eleições de 2006. Nesse processo eleitoral, como observado por Aldé, Mendes e Figueiredo (2007), Jakobsen (2007), Lima (2007) e Rubim (2007), dentre outros, a midiaticização da política assume novos contornos, como visto no capítulo 2. Para Kucinski (2007), essa forma de atuação da mídia resulta justamente do modo pelo qual o antilulismo é reativado: no contexto das eleições de 2006, o antilulismo, e a consequente narrativa de que a corrupção no Brasil jamais chegara a patamares equivalentes, são construídos por meio da articulação da totalidade dos recursos humanos e dos espaços midiáticos. Como acrescenta, “todas as outras narrativas foram suprimidas ou desqualificadas: a da redução significativa do custo dos alimentos, a dos aumentos do emprego formal, a do Prouni (Programa Universidade para Todos)” (p. 136).

A narrativa antilulista, no julgamento do autor, além das características expostas, como a referência à suposta ignorância do presidente ou a criminalização de seu grupo político, apresenta alguns traços, relacionados às regras de funcionamento do campo da mídia, como a indiferença ao preceito básico de considerar a opinião contrária, ou de ouvir o acusado, antes de veicular a informação ou a acusação. Nas raras ocasiões em que as falas dos acusados são expostas, estas são tomadas com ironia ou com sarcasmo. Outra marca desse fenômeno é a construção dessa narrativa com base nas falas de representantes da oposição, ou nas acusações de criminosos e investigados. O autor cita exemplos de títulos de reportagens construídos com recortes de falas opinativas de políticos adversários ao governo, além de declarações do deputado Roberto Jefferson, que, mesmo tendo confessado a participação nas práticas criminosas denunciadas, é, segundo ele, tratado como herói da crise. Outra estratégia destacada é a culpabilização coletiva, que se realiza pela estigmatização, por meio da linguagem, de Lula e dos grupos ligados a ele, sem a investigação devida, o que justifica, dentre outros exemplos, pela referência à adoção indiscriminada de um vocabulário comum, nos principais veículos, com termos como “mensaleiros”, “vampiros”, “sanguessugas”. Além disso,

cita como exemplo a denúncia de ligações entre o PT e as FARC – Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia –, pela revista **Veja**, sem comprovação.

A despeito dessa narrativa antilulista, os índices de aprovação do primeiro governo de Lula mantêm-se, mesmo com a crise política, como indica pesquisa realizada pelo instituto Datafolha, nos dias 23 e 24/10/2006, na qual o governo Lula alcança aprovação de 53% dos brasileiros. Esse resultado é verificado a menos de uma semana da realização do segundo turno, em 29/10/2006, em um momento em que a cobertura jornalística da mídia brasileira apresenta visível desequilíbrio, de modo a desfavorecer a campanha pela reeleição do presidente (LIMA, 2007). Nessa pesquisa, o governo Lula atinge, conforme reportagem em Anexo 5, a maior taxa de aprovação a um presidente desde que o instituto começou a realizar pesquisas nacionais de avaliação do governo federal, em 1990. A eleição de Lula, com 60,67% dos votos, parece confirmar o dissenso entre a opinião dominante na mídia brasileira e a avaliação do conjunto da população, como afirmado anteriormente.

O “fiasco” da mídia nas eleições de 2006, nas palavras de Kucinski (2007), deve-se ao deslocamento da mídia oligárquica não só dos interesses populares, mas também dos interesses do capital financeiro hegemônico, segundo ele, confortável, no governo Lula, graças ao controle do Banco Central. As causas principais apontadas para o insucesso da mídia são:

o caráter elitista de sua circulação tanto em números como em tipo de leitor; o descolamento dos “formadores de opinião” em relação aos reais problemas da maioria do povo; seu alinhamento ideológico à agenda do neoliberalismo e uma pitada de arrogância e auto-suficiência” (KUCINSKI, 2007, p. 143).

No pleito eleitoral de 2010, sem a participação de Lula como candidato, poderia se esperar um recuo do antilulismo, o que, de fato, não pode ser atestado com base nos enunciados estudados. Observa-se que a disputa configurada nos dois discursos parece convergir para uma oposição clara de posicionamentos que se define com base no confronto entre lulismo e antilulismo. Embora, nesse contexto, o lulismo se verifique em um lugar periférico no campo da mídia, uma vez que a revista **Carta Capital** não conta com a tradição de “135 anos de lutas”, como salienta **O Estado de São Paulo**. Tampouco desfruta do prestígio desse jornal no cenário nacional, uma vez que este está sempre entre os cinco jornais de maior

circulação paga do país, como atestado pelo IVC⁶ – Instituto Verificador de Circulação. O fato é que, nos enunciados em questão, observa-se o claro confronto entre o lulismo, em referência ao qual o discurso de CC orienta sua argumentação, e o antilulismo, centro da argumentação de OESP.

O antilulismo de OESP parece mais evidente, uma vez que, no texto, desde a sugestão do próprio título, “*O mal a evitar*”, há uma orientação do discurso no sentido de desconstruir a imagem do presidente e de seus apoiadores. Os argumentos orientam-se, como observado por Kucinski (2007), em relação às eleições de 2006, para a associação desse grupo com a criminalidade. Lula é identificado como o “*chefão*” de uma “*facção*”. A criminalização do partido, nesse discurso, é apresentada como uma estratégia de perpetuação no poder. “*A invenção de uma candidata*”, inclusive, seria uma forma de assegurar o lugar de Lula no cargo e “*garantir o bem-estar da companheirada*”. Aqui, há clara referência à forma de tratamento usada entre os membros do PT – companheiro(a). Há, nesse caso, um uso sarcástico do termo, para corroborar a ideia de organização criminosa, associada a esse partido.

Outro ponto evidenciado no discurso antilulista de OESP é a alusão à “*postura nada edificante de um chefe de Estado*”, que tem “*o mau hábito de perder a compostura quando é contrariado*”, denunciada no texto, em relação ao comportamento de Lula. As atitudes do presidente, nesse discurso, são comumente associadas, o que ocorre também na maioria dos veículos de comunicação, ao desprezo à “*liturgia que sua investidura exige*”. Há, nesse processo de desqualificação do candidato, indícios claros de um antilulismo orientado por um fator que Kucinski (2007) considera estruturante, associado a um preconceito de classe, posto que fundamentado no fato de que, antes dele, todos os outros candidatos eram originários de famílias dirigentes. O autor faz um paralelo entre o tratamento dispensado a Lula e a Fernando Henrique Cardoso pela mídia, e afirma que “chamar Lula de ignorante e despreparado tornou-se uma forma de demarcar os campos em disputa (p. 139).

Percebe-se, no caso do discurso de OESP, que a avaliação da postura de Lula enquanto chefe de Estado ancora-se no argumento da inadequação do ex-metalúrgico ao cargo de Presidente, por falta do traquejo social necessário para

⁶ Fonte: <http://www.ivcbrasil.org.br/>

habitar esse espaço. O habitus para agir nessa esfera, na perspectiva desse discurso, parece associado a um padrão social formal, incompatível com o comportamento de Lula, considerado “*um chefe de Estado que despreza a liturgia que sua investidura exige e se entrega descontroladamente ao desmando e à autoglorificação*”. Essa observação está provavelmente associada ao hábito frequente de Lula de “quebrar o protocolo” e falar de improviso, além de adotar atitudes destoantes da etiqueta social própria do comportamento de grupos sociais mais elitizados. Essas condutas do ex-metalúrgico são, como lembra Kucinski (2007), frequentemente tratadas na mídia como gafes. O uso de uma linguagem mais informal, com registros inadequados à norma padrão da língua, e até mesmo a recorrência a metáforas e outras figuras em discursos oficiais, também repercutem fartamente na mídia, frequentemente referidos como sinais de incompetência linguística do orador.

Interessante notar é que, pela ótica do lulismo, esse padrão de comportamento é avaliado sob um prisma completamente diferente. Traduzido, em CC, como “*a nítida e decisiva identificação entre o presidente e seu povo*”, o comportamento de Lula na condição de presidente é apoiado e elogiado, uma vez que marca, nesse discurso, a aproximação entre o líder e o povo. O objetivo, no caso, é promover a associação da imagem de Lula com a do cidadão comum. Aquilo que o distingue dos demais presidentes é, nessa perspectiva, o que o aproxima da maioria da população. Não há, nesse discurso, portanto, um movimento deliberado no sentido de negar a quebra do padrão de conduta por parte do presidente. O discurso, nesse caso, propõe a resignificação desse comportamento como uma marca da aliança do político com o eleitor, o que se confirma pela avaliação do gestor como “*o governante mais popular da história do Brasil*”. A singularidade da retórica do presidente Lula é, inclusive, enaltecida. O texto afirma que “*ninguém como Lula soube valer-se das potencialidades gigantescas do país e vulgarizá-las com a retórica mais adequada*”.

Nessa passagem, o que se verifica, efetivamente, é a tradução de “vulgar” como “popular”, e não como “chulo”, como o faria o discurso opositor, que avaliaria essa atitude como transgressão, ou “desprezo à liturgia”. Eis, no caso, o direito e avesso um mesmo enunciado, o qual teria, nas duas traduções antagônicas, sua estabilidade preservada – isso porque o termo “vulgar” pode ser tomado por sinônimo de “popular” e de “chulo”. Na passagem de uma interpretação a outra,

entretanto, os sentidos são completamente transmutados. O mau hábito, ou a falta de compostura, para OESP, pode, inclusive, traduzir-se como “*um suave toque de senso de humor*”, na perspectiva do posicionamento de CC. Há, nesse caso, uma ressalva – “*sempre que as circunstâncias o permitissem*”. Ou seja, as atitudes incomuns de Lula, embora não sejam negadas, são situadas no âmbito de um padrão tolerável. A “*liturgia*” do cargo, reivindicada pelo discurso de OESP, está, desse modo, preservada.

A afirmação do lulismo, em CC, parece estar alicerçada no contraponto com o antilulismo. O discurso desse veículo aparenta estar, de fato, mais orientado a polemizar com o antilulismo do que com os antilulistas, de modo geral. Não é especificamente à oposição que a argumentação de CC se dirige na polêmica, mas à mídia antilulista. Daí porque, nesse discurso, o lulismo apareça potencializado, até mesmo ufanista. A tradução da escolha de Lula, em CC, diferentemente do discurso de OESP, para quem se trata de uma “*invenção*” do presidente, é tomada, nessa perspectiva, como uma unção. O lulismo, aqui, explicita-se claramente na avaliação da “*escolha certa, precisa, calculada, a de Lula ao ungir Dilma*”. Na descrição desse ato está implícita a delegação de autoridade, por meio de uma espécie de sagração. Não é a simples definição de uma candidata, mas o credenciamento da mesma para ocupar um lugar sagrado, do qual Lula seria o titular. A autoridade para ungir pressupõe o caráter sagrado de quem o faz. No lulismo, essa sagração de Dilma é também uma forma de sagração de Lula, e do lulismo.

Outro ponto bastante saliente nos discursos, e também apontado no antilulismo descrito por Kucinski (2007), como exposto anteriormente, é a criminalização do grupo adversário. Em OESP, a descrição explícita do partido do presidente como uma “*facção*” e a acusação de que Lula encarna a figura do “*chefão*” é o mote para a condenação do modelo político em vigor e, conseqüentemente, para a justificação de que, como proposto no título, há um “*mal a evitar*”. A injunção que o título sugere, pelo uso do infinitivo, como afirmado anteriormente, leva, no decorrer da argumentação, à identificação de Lula como esse “*mal*”, na verdade, “*o grande mau exemplo*”. A criminalização de Lula e do PT é, portanto, uma estratégia antilulista para uma “*adesão*” às avessas. Não é pelo “*direito*” da tradução, como diria Maingueneau (2008b), que o apoio a José Serra se constrói, no discurso de OESP, mas pelo avesso da tradução da imagem de Lula e de seu partido.

A injunção, inclusive, apresenta-se por meio de um verbo não assertivo, mas directivo, cujo valor semântico pretendido é a interdição. Ao afirmar que há um mal a evitar, o enunciador, de fato, convoca o (e)leitor a assumir a atitude relacionada ao sentido implícito do verbo. Daí porque se afirma que esse apoio se constrói às avessas, com base na tradução do seu Outro, e não na reafirmação de seu Mesmo. Diferentemente, CC constrói sua argumentação, como proposto no título, com base numa asserção e na sua justificativa, embora esta esteja ancorada mais especificamente em um apoio a Lula. Aqui, embora o avesso do discurso opositor seja invocado, este não se constitui como o centro da argumentação. Há, de fato, um movimento retórico centrado na exposição de motivos com base nos quais o enunciador confirma sua opção. O verbo “apoiar”, explícito no título, é acompanhado da conjunção “por que”, o que sustenta o caráter explícito do apoio, cuja justificação o enunciador se compromete a realizar no texto.

Embora mais evidente no antilulismo de OESP, a estratégia de criminalização do adversário também pode ser verificada no discurso de CC, em relação ao partido do candidato opositor. Há, nesse caso, inicialmente, o descolamento da figura pública de José Serra do grupo ao qual pertence, com a afirmação de que “*seria ofender a inteligência e as evidências sustentar que o ex-governador paulista partilha daquelas ideias*”. Tais ideias, no caso, estariam associadas ao corolário do “*pensamento udenista*”, do qual “*os tucanos*” seriam os “*novos intérpretes*”. Esse descolamento, entretanto, pode ser entendido como uma simulação, posto que, no decorrer do texto, o governo tucano, anterior a Lula, é associado a seu candidato, que estaria, no caso, “*enredado na trama espessa da herança*”. Com a ressalva de que o candidato “*não se livra, porém, da condição de tucano e como tal teria de atuar*”, esse discurso formula sua estratégia de criminalização do grupo opositor, com base no argumento de que o candidato, mesmo que implicitamente, estaria aprisionado a ele. No texto, essa associação é claramente exposta: “*Carregar o PSDB é arrastar uma bola de ferro amarrada ao tornozelo, coisa de presidiário*”.

Vale registrar que essa estratégia é também ensaiada no discurso de OESP. Boa parte do terceiro parágrafo destina-se a uma avaliação positiva do governo Lula, desde os “*níveis de popularidade sem precedentes*” até as “*realizações das quais ele [Lula] e todos os brasileiros podem se orgulhar*”. Essas realizações são associadas, no caso, à condução da política econômica, em continuidade à tarefa

“iniciada nos governos de Itamar Franco e Fernando Henrique Cardoso”. Outro ponto destacado é a ampliação dos programas sociais, que, segundo o texto, *“têm permitido a incorporação de milhões de brasileiros a condições materiais de vida minimamente compatíveis com as exigências da dignidade humana”*. Interessante notar é que, na avaliação desse discurso, o país evoluiu, no governo petista, e *“é hoje, sem sombra de dúvida, um país melhor”*. Tal avaliação, em princípio, parece apontar para uma incoerência com a argumentação proposta. Todavia, considerando-se que o discurso é formulado com base na suposição da incapacidade moral e na inadequação social do presidente, a realizações efetuadas pela gestão de Lula são apontadas como *“uma obra incompleta”*. Ademais, são criticadas pelos meios pelos quais se realizaram, uma vez que, como textualmente enfatizado, *“Lula e seu entorno primam pela escolha dos piores meios para atingir seu fim precípua: manter-se no poder. Esse argumento garante a coerência do discurso, que identifica o bom resultado do governo como “uma construção que se desenvolveu paralelamente a tentativas quase sempre bem-sucedidas de desconstrução de um edifício institucional democrático historicamente frágil no Brasil”*. Não se nega, pois, o sucesso dos *“fins”*, mas a propriedade dos *“meios”*

Nota-se, portanto, que a referência a aspectos favoráveis dos adversários, nos dois discursos, funciona como uma estratégia orientada no sentido de considerar o contraditório, de levar em conta os dois lados da questão. Essa é uma restrição do próprio discurso jornalístico, e, como argumenta Kucinski (2007) – tendo em vista as eleições de 2006, quando, segundo ele, esse recurso fora praticamente abandonado –, pode funcionar até mesmo como forma de marcar o descrédito em relação à postura do adversário. Aqui também a alusão às virtudes do opositor é posta a serviço da argumentação. Apesar de declarar o reconhecimento de seu valor, os discursos reafirmam sua oposição, com base em outros argumentos, os quais consideram mais fortes. Isso se dá, como ratifica Maingueneau (2008b), com base nas escolhas das questões sobre as quais pode valer a pena polemizar.

Nesse leque de escolhas, as falas do Outro ou as referências a ele associadas e cristalizadas no imaginário coletivo podem ser um recurso poderoso da argumentação. Em OESP, verifica-se a recorrência a duas fórmulas discursivas relacionadas a Lula, as quais são assinaladas com a nítida finalidade de lançar suspeição sobre a força semântica que parecem possuir. Como explica Maingueneau (2008a), as fórmulas são *“enunciados curtos, cujo significante e cujo*

significado são considerados no interior de uma organização pregnante (pela prosódia, rimas internas, metáforas, antíteses...), o que explica que sejam facilmente memorizados” (p. 75). No caso, são retomadas, no discurso de OESP, as fórmulas “*nunca antes*” e “*Este é o ‘cara*”. A primeira, um recorte do próprio discurso do presidente, com o qual marca a singularidade de seu ethos, nos pronunciamentos políticos proferidos na qualidade de chefe da nação. A segunda, uma fala sobre o presidente, um atributo conferido a partir de um comentário sobre Lula.

Antes de analisar esse recurso discursivo, vale explicar as referências contextuais nas quais surgiram e circulam essas fórmulas. O “*nunca antes*” participa do repertório de frases de efeito proferidas por Lula em seus discursos, para comparar seu governo com os antecessores. É comum, no discurso desse político, a afirmação de que “*nunca antes na história deste país*” determinada realização teria sido alcançada. Quanto à fórmula “*Este é o ‘cara*”, representa uma gíria americana, utilizada pelo presidente dos Estados Unidos da América, Barak Obama, para referir-se a Lula, em conversa com representantes de países membros do G20 – o grupo das 19 maiores economias do mundo, mais a União Européia – durante reunião do grupo, em abril de 2009. A gíria, no caso, aludia à popularidade de Lula, a quem o presidente americano credenciou o mérito de ser o político mais popular da terra. A legitimidade dessa adjetivação extrapola, portanto, sua mera denotação – “*Este é o cara!*” é uma expressão que remete a influência, autoridade, poder, em determinada comunidade. O enunciador, no caso, o líder do país mais poderoso do mundo, e a plateia, igualmente importante, no campo da política, bem como a cena na qual foi enunciada, fizeram ecoar instantaneamente essa fórmula, em associação com a imagem do presidente brasileiro.

O uso dessas fórmulas, nesse contexto, faz emergir, no discurso de OESP, aquilo que Maingueneau (2008a) denomina de cena validada. Para esse autor, as cenas validadas são impregnadas na memória coletiva, apoiadas em estereótipos descontextualizados e compartilhadas por meio da mídia. O repertório de cenas validadas varia, conforme o público visado pelo discurso, embora se possa associar um leque considerável de cenas tidas como compartilhadas a qualquer público, por mais amplo e heterogêneo que seja. A ausência de marcas linguísticas de contextualização dessas fórmulas confirma a presunção do enunciador de que o destinatário as reconhece, e esse reconhecimento é possível exatamente porque tais enunciados fazem reaparecer, simbolicamente, pelo acionamento da memória

coletiva, os eventos dos quais se originam. Essas cenas, na perspectiva do enunciador, são parte do repertório de cenas validadas pelo conjunto dos (e)leitores.

Note-se que são fórmulas distintas. “*Este é o ‘cara’*” tem uma capacidade de circulação maior, por ser um recurso linguístico utilizado num espectro semântico mais amplo, podendo referir-se também a sujeitos em situações bastante diversas. Diferentemente da fala de Lula, somente associada ao discurso desse sujeito, e de reconhecimento restrito à comunidade brasileira. De todo modo, a enunciação desses dois enunciados, no contexto do discurso de OESP, permite rapidamente acionar a memória discursiva dos coenunciadores e ativar os sentidos pressupostos para cada um deles. Não é necessário qualquer tipo de informação adicional, como dito anteriormente, para que o destinatário incorpore o sentido evocado, o que facilita a tradução proposta por esse discurso. A cristalização dessas fórmulas no imaginário da comunidade na qual o discurso se inscreve – com a evocação das cenas validadas que as autorizam – favorece, assim, a passagem de uma interpretação a outra, sem que se mexa, vale ratificar, na estabilidade dos enunciados.

O processo por meio do qual OESP alude à figura de Lula com o uso dessas fórmulas caracteriza o que Maingueneau (2011) chama de enunciação aforizante ou aforização, ou seja, a enunciação de uma frase sem título, destacada de um outro enunciado. Tais frases podem ser destacadas por natureza, como os provérbios, ou destacada por meio da intervenção do interlocutor. Através da aforização, como acrescenta o autor, o locutor, ou aforizador, põe-se acima das restrições próprias a determinado gênero de discurso. Ao assumir esse ethos de alguém que estabelece contato com uma força transcendente, o aforizador dirige-se a um auditório universal, e não a um interlocutor específico. “Ele supostamente enuncia *sua* verdade, subtraída qualquer negociação, exprime uma totalidade vivida” (MAINGUENEAU, 2011, p. 43).

É o que ocorre com o enunciado “*Este é o cara*”, aforizado pelo presidente norte-americano. Aqui, o aforizador, no caso, Obama, recorre ao que o autor define como um hiperenunciador, com quem demonstra estar de acordo. Esse recurso caracteriza a particitação, ou seja, uma citação sem autor, caracterizada pela retomada de um enunciado memorizável e autônomo, que precisa ser reconhecido como citação pelos alocutários, sem que seja necessário indicá-la explicitamente. Na particitação, o locutor citante, como explica Maingueneau (2011), demonstra

adesão ao ponto de vista do enunciado citado, este, parte de um tesouro de enunciados partilhados por uma comunidade da qual enunciador e coenunciadores presumivelmente participam. A recorrência a esse tesouro e à comunidade que dele compartilha implica a existência desse hiperenunciador, cuja autoridade garante a validade da citação e sua adequação aos valores e aos fundamentos dessa coletividade.

A retomada desse enunciado aforizado pelo discurso de OESP, por meio da particitação, representa, pois, uma aforização de “segunda mão” – ou seja, a aforização da aforização. Aqui, OESP, diferentemente de Obama, busca marcar a discordância com o sentido proposto. O aforizador, nesse caso, supõe que a comunidade de (e)leitores reconheça a aforização “Este é o cara” como parte do tesouro de enunciados relacionados a Lula, mas, diferentemente da particitação de Obama, não há uma concordância com o sentido proposto pelo enunciado citado. A figura de um hiperenunciador possivelmente inscrita a partir da enunciação dessa fórmula na cena enunciativa em que foi elaborada por Obama não encontra, no discurso de OESP, a adesão do enunciador. Assim como o faz em relação à fórmula “nunca antes”, esse sentido propõe um deslocamento de sentido desses enunciados, na verdade, uma desconstrução, que se faz, justamente, pela tradução da fórmula de acordo com as regras da formação discursiva em que se inscreve esse discurso.

No caso do “*nunca antes*”, é importante destacar outro aspecto: trata-se da aforização de um enunciado já anteriormente destacado dos discursos de Lula, com base no uso reiterado pelo próprio autor, pela ação da mídia. Essa estratégia diferencia-se do caso anterior, pois, embora se possa analisar como uma aforização de “segunda mão”, uma vez que parte de um enunciado anteriormente destacado, como no caso do uso da fórmula “Este é o cara”, aqui, o enunciador não realiza simplesmente a aforização de um enunciado já aforizado. A fórmula “nunca antes” origina-se, inicialmente, de um processo de destacabilidade que Maingueneau (2008a) define como sobreasseveração, processo de formação de um enunciado:

- relativamente breve, de estrutura pregnante no plano do significado e/ou do significante;
- em posição relevante no texto ou em uma passagem do texto, de modo a lhe atribuir o estatuto de um condensado

semântico, o produto de uma espécie de sedimentação da realização do discurso;

- tal que sua temática deve estar em relação com o intuito do gênero de discurso, do texto em questão; trata-se de uma tomada de posição no interior de um conflito de valores;
- implica uma “amplificação” da figura do enunciador, manifestada por um ethos apropriado (p. 82).

A sobreasseveração caracteriza um tipo de recorte comum na edição de textos jornalísticos, por meio do qual a citação do enunciado destacado “está inscrita no próprio funcionamento da máquina midiática, cujos atores gastam seu tempo destacando fragmentos de textos para convertê-los em citações (para os títulos e os intertítulos, as resenhas, as entrevistas etc.)” (MAINGUENEAU, 2008a, p. 83). Pode-se aqui argumentar que o “nunca antes”, enquanto fórmula, constitui-se, inicialmente, da sobreasseveração desse enunciado, destacado dos discursos de Lula, seu enunciador, e reiterado no campo da mídia. Esse enunciado, por sua potência para a descacabilidade – já que se apresenta como um enunciado destacável, na definição de Maingueneau (2008a) –, bem como pela reiteração de seu uso pelo presidente, como forma de marcar o sentido por ele pretendido, torna-se, então, uma fórmula, à qual o discurso de OESP recorre, por meio da aforização.

A sobreasseveração, vale frisar, difere-se da aforização, como destaca o autor, para quem:

Parece-nos preferível não confundir uma lógica de sobreasseveração – que faz aparecer uma sequência sobre um fundo textual – e uma lógica de aforização (para ser exato, um destaque aforizante) que implica um tipo de enunciação totalmente diferente: outra figura do enunciador e do coenunciador, do estatuto pragmático do enunciado. A aforização atribui um novo estatuto à citação. Não se trata mais de representar, mas de apresentar, de tornar presente, de fazer ouvir uma reserva de sentido na própria exibição de uma enunciação, de tornar enigmático um enunciado que manifesta e esconde tudo ao mesmo tempo, que apela para a interpretação (MAINGUENEAU, 2008a, p. 92).

O surgimento do “nunca antes” é, pois, compreendido aqui como uma sobreasseveração, justamente pela relação inextricável desse excerto com um fundo textual do qual se sobressai. A enunciação a ele vinculada, com a definição da figura do enunciador e dos coenunciadores, garante um estatuto pragmático específico a esse enunciado. Ao retomar essa fórmula, pela aforização, o discurso

de OESP propõe, mais uma vez, a transgressão ao sentido por ele consagrado. A aforização desse enunciado segue, nesse sentido, a mesma estratégia levada a termo com o uso da fórmula “Este é o cara”. O objetivo, no caso dos dois enunciados, é a tradução de índices valorativos relacionados ao presidente e seu governo, com base na matriz de interpretação da formação discursiva à qual se vincula OESP. Aqui se efetiva a passagem de um discurso que se poderia identificar como lulista para um discurso antilulista.

Nos dois casos, verifica-se o uso autonímico dos enunciados destacados, isto é, o “emprego em que o enunciador se refere aos signos em si mesmos” (MAINGUENEAU, 2002, p 157), não sendo possível, por exemplo, substituir as unidades linguísticas entre aspas por sinônimos. Entretanto, observa-se que, paralelamente a esse emprego, há, nesses casos, modalizações autonímicas. Significa dizer que ocorre, em relação à sequência destacada entre aspas, um conjunto de procedimentos por meio dos quais o enunciador comenta essa fala, ao mesmo tempo em que a realiza. Isso se faz por estratégias distintas. À expressão “*nunca antes*” é associado o vocábulo “*embuste*”, que sugere que tal fórmula constitui uma mentira ardilosa, orquestrada para iludir, como propõe o uso dicionarizado desse termo. Note-se que a suspensão da crença na fórmula recuperada se dá não apenas pelo uso das aspas – que são também um recurso para marcar uma citação –, mas pela inclusão desse modalizador explícito. Já em “*Este é o ‘cara*”, a adoção de aspas apenas no vocábulo “*cara*” sugere justamente a recusa do enunciador em avaliar o sentido produzido originalmente pela fórmula e a proposta de resignificação desse sentido. As próprias aspas funcionam como modalizadoras. As frases seguintes e a conclusão “*Este é o mal a evitar*” corroboram a indicação de que a tradução desse termo seja feita com base na matriz semântica do antilulismo.

Essas estratégias, portanto, em associação com os outros pontos estudados, permitem asseverar que esses textos apresentam-se como exemplares genuínos de enunciados originados das formações discursivas em posições frontalmente opostas nas eleições de 2010, nas quais o lulismo e o antilulismo reafirmam seu vigor. Isso se confirma pelos movimentos de passagem de uma interpretação a outra, que efetivamente caracterizam o fenômeno da tradução, por meio do qual o registro polêmico se manifesta e os discursos antagônicos promovem, na arena do debate público, a interincompreensão. O dissenso, nesse caso, é a própria condição de

sobrevivência desses discursos, e evidencia não somente o caráter inconciliável das forças em disputa pelo poder, no campo político, mas são a síntese das disputas pela hegemonia no campo da mídia, que é também uma disputa pelo poder, e, obviamente, também uma disputa política.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Numa livre associação, é possível afirmar que o universo semântico do teatro empresta à teoria de Dominique Maingueneau adotada nesta pesquisa três de seus mais importantes elementos constitutivos: o cenário, os atores e o “drama”. É desse modo que permite, na investigação dos discursos analisados, recompor o quadro espaciotemporal em que se instituem e no qual enredam suas tramas, explorando a cena englobante do universo da mídia e da política e essa tênue fronteira em que se manifestam os curiosos fenômenos aqui descritos. Além disso, o enquadre cenográfico possibilita observar o jogo de linguagem que permite ao enunciador subverter o cânone genérico do enunciado, numa operação que envolve, mais do que um intercâmbio lúdico entre forma e função, uma articulação tática de simulação, ou dissimulação, de um gênero em outro.

Esse universo cenográfico, acessado por meio da observação do interdiscurso, tendo em vista sua primazia sobre o discurso, possibilita visualizar, no palco em que se encena a polêmica, o espaço discursivo da militância editorial, essa zona intercampos, na qual, verdadeiramente, duelam as duas posições claramente adversárias. Aqui, as disputas pela matriz de interpretação hegemônica no campo da mídia confundem-se com as disputas pelo poder simbólico de construção da realidade política. Mas não é esse o limite de atuação dos discursos estudados. Para além da midiaticização da política, e mais do que a partidarização da mídia, o palco no qual o embate se encena é a seara política. É esse o campo – atravessado pelo campo da mídia, posto que não autônomo, não constituinte – onde o tablado desse drama assenta o cenário da polêmica. E é nesse palco que a cenografia do editorial encena sua neutralidade, sua isenção, e mascara a panfletagem de seu funcionamento genérico.

Nesse jogo cênico posto em evidência a partir da teoria adotada, é possível ainda observar como cada enunciador compõe e projeta uma imagem de si, com a qual se movimenta, atua e convida o outro a ingressar na cena, a incorporar essa narrativa do real e a tomar assento nessa montagem da realidade. Nesse movimento dramático, os atores descortinam suas falas e dão a conhecer suas posições políticas. Constroem e projetam, para tal, as imagens de si com as quais garantem sua autonomia, preservam suas faces, para além dos personagens. Estes,

não apenas meros fantoches, mas agentes, avatares, figuras autorizadas a agir discursivamente, dotadas de um caráter e uma corporalidade com os quais assumem a construção da realidade representada. Nessa interpretação, os atores, detentores do habitus assegurado pelo domínio dos mecanismos do campo da mídia, e com a *expertise* que esse habitus lhes confere, convocam o auditório a tomar parte no enredo do polêmico. De espectador, o (e)leitor é convidado a contracenar nesse palco, compartilhando, pelo mecanismo da incorporação, o protagonismo com o qual podem garantir não somente a hegemonia desses atores e de suas falas, mas da seara político-ideológica de onde se origina o *script* desse enredo.

As formações discursivas em confronto apresentam-se, nesse jogo de cena, sob a ótica do lulismo e do antilulismo. O drama, nessa encenação, desenrola-se por meio de sucessivas traduções, fundadas na construção de imagens completamente dissimétricas, como num espelho côncavo, em que a imagem aparece sempre conspurcada e, por isso mesmo, incoerente com a que fora projetada. Fiel à matriz semântica de onde se origina, cada um dos discursos somente pode apresentar a imagem convertida, traduzida, de seu Outro. Enreda-se, diante desse auditório de (e)leitores, uma espécie de “diálogo de surdos”, em que as falas dos personagens são sempre transmutadas por regras de passagem de uma formação discursiva a outra, disfarçadas pela coesão dos textos e pela coerência com as regras das próprias formações discursivas a eles relacionadas, de modo a projetar a coesão interna do campo.

Para além do palco, acima do cenário e dos atores, apela-se ao árbitro representado pelo terceiro espectador, aqui personificado na imagem da democracia, na qual se constituem os valores que fundamentam o debate. A suposta ameaça aos princípios democráticos pelo discurso adversário seria, nessa arena, o argumento que autoriza os dois discursos a se inserirem na polêmica. Sobre esse tribunal, convocado pelos dois discursos a arbitrar, paira um relativo consenso. Isso porque, embora a compreensão desses valores seja orientada por regras distintas, há uma convergência, nos dois discursos, para o código dogmático que constitui esse bem simbólico, que prevalece sobre as divergências.

Assim, de um lado do palco, reestreia o antilulismo, cujas origens se vislumbram ainda na abertura democrática. Nessa remontagem, entretanto, não é o embate entre o ex-metalúrgico e o doutor que se encena, como outrora, nem mesmo

se pode assistir a um drama orquestrado pelo corpo dos dirigentes da mídia. O antilulismo, nessa adaptação, assim como em 2006, é encenado como uma adesão orgânica da quase totalidade do jornalismo brasileiro. O núcleo hegemônico do campo da mídia afina-se a essa ideologia antilulista, cristalizada em uma de suas instituições emblemáticas, dotada de tradição e reconhecimento. Assim, **O Estado de São Paulo**, com a legitimidade da hegemonia assegurada pelos “*135 anos de luta*”, incorpora o drama do antilulismo para compor uma cena de adesão “às avessas” à candidatura oposicionista.

Nessa encenação, o personagem Lula é caricaturado, apresentado como um tipo representativo da “*facção*” petista, por meio do qual encarna a imagem do “*mal a evitar*”. Esse ator é, então, discursivamente construído, travestido no figurino da criminalidade, com o qual sintetiza o conceito que o discurso produz de seu governo, de seu partido e de seu grupo político, e com o qual associa sua candidata, descrita como uma “*invenção*” do presidente. Lula é também criticado por sua suposta inadequação ao posto de chefe da nação. O enredo, nesse sentido, orienta-se no sentido de demonstrar a presumida incompetência social do gestor para cumprir a “*liturgia que sua investidura exige*”. A peça também se destina a simular um perigo iminente, representado, aqui, pela eleição da candidata governista, com a qual o personagem antagonista, o “*grande mau exemplo*” asseguraria sua sucessão. Assim, a imagem do presidente, até então formulada com base no confronto com o discurso da competência de seus adversários, é apoiada em outro parâmetro, de caráter moralista.

Do outro lado dessa arena, no âmbito “periférico” do campo da mídia, representa-se a encenação do lulismo, como uma tentativa de desconstrução dessa imagem cristalizada do líder político nesse campo. Nesse discurso, o personagem assume o caráter épico, ao mesmo tempo heróico e sagrado, capaz de “*ungir*” sua sucessora. As vestes da marginalidade recaem agora sobre seus adversários, e o discurso da competência baseia-se na capacidade administrativa testada, reforçada pelo próprio discurso competente do enunciador. O apelo à democracia, nesse discurso, faz-se pela evocação dos traços da personalidade da candidata e pelo resgate de sua história pessoal, com o protagonismo com que atuou no drama representado pelo regime militar no Brasil, ao qual fez oposição ativa, razão pela qual lhe é atribuída a imagem de “*guerrilheira*”, cuja tradução o discurso se empenha em fazer, com base nas regras de sua formação discursiva.

O personagem Lula, nesse discurso, apresenta-se também como um tipo, mas, nesse caso, a ativação da memória coletiva sobre a trajetória pessoal desse político permite a proposição de um protagonismo estereotipado na semelhança entre o líder e seu povo. Há, nessa montagem proposta por **Carta Capital**, a promoção de um deslocamento significativo do ponto de vista através do qual, historicamente, foi formulada a imagem desse personagem. Em vez do confronto entre Lula e os adversários, construído pelo discurso da competência, com base no domínio do saber acadêmico formal, há aqui uma releitura dessa imagem, fundamentada na aproximação entre esse ator e a maioria da população brasileira. Esse movimento oportuniza a atribuição de um caráter “*popular*”, como traço avaliativo, marca da personalidade desse ator político. Também permite a tradução da falta de compostura, proposta no discurso adversário, como virtude – “*um suave toque de senso de humor*” –, inclusive pela adequação às circunstâncias.

A plateia, nesse enredo dramático, é continuamente convocada à cena pelos dois discursos, quer pela injunção com a qual é desafiada a “*evitar*” o grande “*mal*” para o país, ou pela tentativa de ressemantização de fórmulas com as quais a imagem de Lula é enaltecida, em OESP, quer pelo sugestionamento produzido pelo apelo à racionalidade, na recorrência à ativação do saber enciclopédico do interlocutor, em CC. O protagonismo do (e)leitor projeta-se, desse modo, como um aval para a reafirmação do antilulismo e do lulismo, que não deve se restringir à concordância com as opiniões explícitas nos enunciados, mas que precisa se reverter em ganhos eleitorais para os candidatos.

Percebe-se, entretanto, que o lulismo e o antilulismo não se apresentam como simples marcas da aprovação ou da reprovação do presidente e de sua gestão. Esse antagonismo não representa também a mera síntese de um momento político ou da participação de determinados grupos ou partidos em uma conjuntura histórica. A base desse confronto é, na verdade, a própria razão de ser da política – a existência de forças antagônicas em disputa pelo exercício do poder institucional e pelo domínio legitimado de todas as prerrogativas por ele outorgadas. As candidaturas em confronto apresentam-se, nesse embate, como coadjuvantes em um *script* que se enuncia em outra dimensão. Isso porque esses dois modelos de análise da cena política dramatizam, de fato, as posições inconciliáveis das quais se originam e com as quais asseguram sua sobrevivência.

Como assevera Maingueneau (2008a), a polêmica é necessária, porque a relação constitutiva com o Outro, por meio da qual ela se realiza, garante a identidade do discurso. Sem a polêmica, o discurso não conseguiria assegurar sua validade, não poderia revalidar continuamente o limite de sua significação, a identidade do seu Mesmo. Além disso, como defende o autor, por meio da polêmica, o discurso mascara sua própria invulnerabilidade, disfarça a incapacidade de lidar com o Outro em si mesmo. É justamente por esse paradoxo constitutivo do polêmico que os discursos aqui estudados podem ser observados, para além de sua validação empírica. Eles não são significativos simplesmente porque foram capazes de fazer agregar votos para os candidatos apoiados. Assim, não podem ser avaliados com base, exclusivamente, nos dividendos eleitorais deles advindos, ou mesmo na eficácia política de seus enunciados. Não podem ser fechados, concluídos, acabados.

Nessa perspectiva, não há um discurso vencedor, ou não há uma valência com a qual se pretenda avaliar a força simbólica desses discursos. Enquanto eventos discursivos, como aqui são tomados, esses enunciados efetivamente realizam um jogo simbólico com o qual, mesmo extrapolando os espaços de sua própria fundação, no caso, o campo da mídia, funcionam como guardiões do próprio campo. Por meio da agência genérica, que é, principalmente, nesses casos, uma forma de agência política, asseguram o lugar de fala do campo da mídia, instituindo, nele, novas práticas, ou, talvez, apenas atualizando práticas antigas, as quais são agora discursivamente explicitadas.

Mesmo pela ótica da comunicação, é possível perceber que a hegemonia no interior do campo não foi significativamente alterada pelos resultados eleitorais, nem mesmo pela repercussão alcançada por meio da irradiação do gênero para outras mídias. Isso porque, em grande medida, existe uma identidade entre leitor e instituição jornalística, que Charaudeau (2007) define nas bases de um contrato de comunicação. Por essa perspectiva, um jornal ou uma revista dirige-se a um leitor presumido, cuja identidade guarda forte aproximação com a política editorial dessa instituição. O sujeito semiótico, que é o veículo de comunicação, propõe, desse modo, um modelo com o qual deseja ser visto, e que deve ser reconhecido pelo leitor. É muito pequena a margem de ampliação do espectro desse “campo receptor” por meio de um único editorial, por exemplo. De modo geral, o leitor efetivo desses enunciados inclui-se no padrão estereotípico do leitor-modelo da empresa de

comunicação. Suas posições políticas tendem, desse modo, a se ajustarem facilmente ao posicionamento institucional.

Assim sendo, o ganho real advindo dessa aparente transgressão à organização retórica canônica do editorial parece ser o significado desse gesto inaugural no interior mesmo do campo. A perspectiva de estabilização dessa estratégia discursiva pode tornar mais objetiva e transparente essa atividade profissional, nesse espaço em que dialogam, constitutivamente, os campos da mídia e da política, historicamente atravessado pelas forças político-econômicas que governam a vida social. O apoio explícito, desse modo, permite também tornar mais legítima e efetiva a comunicação com o público.

Pode-se esperar, inclusive, que a identificação explícita com uma proposta político-ideológica específica possa tornar mais próximo o horizonte da neutralidade jornalística, esse valor ideal pelo qual, simbolicamente, orienta-se tal prática. Isso porque a definição clara de uma posição impõe uma responsabilidade maior para com o conteúdo veiculado e para com a manutenção do contrato de comunicação com o leitor. Nenhum veículo assume uma posição partidária para se tornar “governista” ou “oposicionista”. Imagina-se, desse modo, que adesão explícita possa suscitar maior vigilância por parte dos próprios veículos de comunicação e de seus leitores, para que eles não sejam meros panfletos partidários.

Considera-se, pois, que esse gesto inaugural representa importante avanço no campo da comunicação brasileira. Espera-se que essa estratégia seja adotada por outros agentes do campo e que se estabilize, no gênero editorial, e na política editorial das organizações jornalísticas, como forma de conduzir as ações dessa esfera da produção a uma prática mais imparcial e menos sujeita aos interesses políticos ou econômicos dos grupos socialmente mais favorecidos, os quais se associam, historicamente, à atuação desse importante setor, indispensável à consolidação de qualquer sociedade democrática. Espera-se ainda que ele possa ser cobrado, cada vez mais, como instrumento a favor da maioria, e que o apelo aos princípios democráticos não seja apenas um recurso retórico. Os desdobramentos que essa estratégia pode originar apresentam-se como um espaço aberto para a investigação científica, tanto nos estudos da comunicação quanto do discurso.

De fato, ao explicitarem seus posicionamentos, os enunciadores provavelmente precisarão imprimir maior consistência argumentativa a seus discursos. Despidos do anonimato da filiação político ideológica, precisam

demonstrar equilíbrio, no lugar de propalar neutralidade. Necessitam, desse modo, fazer sobressair o ativismo político da mídia sobre o engajamento político da militância editorial. Assim, tendem a ser mais desafiados a revisar suas próprias estratégias.

Não se imagina, utopicamente, que os discursos do campo da mídia, assim como os da política, possam tornar-se neutros, mesmo porque, do ponto de vista do interdiscurso, há, na própria atividade discursiva desses campos, um mal-entendido constitutivo, que alimenta, indefinidamente, a polêmica. É esse desentendimento mútuo que permite aos discursos habitar o diálogo indefinido que os funda e que, reciprocamente, é por eles sustentado. A existência do contraditório é não somente condição de sobrevivência desses campos, como garantia de seu funcionamento. A hegemonia é que desequilibra o campo da mídia, e não o debate. Este o fortalece e o renova continuamente.

REFERÊNCIAS

ALDÉ, A; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. Imprensa e eleições presidenciais: natureza e consequências da cobertura das eleições presidenciais de 2002 a 2006. In: LIMA (Org). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

ALTHUSSER, L. P. **Aparelhos Ideológicos do Estado**. 7. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

AUTHIER-REVUZ. Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso. In: Authier-Revuz, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade**: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. p. 11-80.

AMOSSY, R. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. In: AMOSSY, R. (Org.) **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005.

ARISTÓTELES. **Retórica**. 2. ed. Lisboa: Casa da Moeda, 2005.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. 9. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BAZERMAN, C. **Gênero, agência e escrita**. São Paulo: Cortez, 2006.

_____. **Gêneros textuais, tipificação e interação**. São Paulo: Cortez, 2005.

BELTRÃO, L. **Jornalismo opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

BENVENISTE, E. **Problemas de Linguística Geral II**. Campinas: Pontes, 1989.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

BOFF, L. **Igreja**: carisma e poder. ed. rev. Rio de Janeiro: Record, 2005

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

_____. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007a.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007b.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.

_____. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. 3. Ed. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

BRANDÃO, H. N. **Introdução à análise do discurso**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2004.

CARNEIRO, A. D. (Org.). **O discurso da mídia**. Rio de Janeiro: Oficina do autor, 1996.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. Análise do discurso: controvérsias e perspectivas. In: MARI, H. [et al.] (Org.). **Fundamentos e dimensões da análise do discurso**. Belo Horizonte: Carol Borges, 1999.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

CHAUÍ, Marilena. O que é política?. In: NOVAES, A. (Org.). **O esquecimento da política**. Rio de Janeiro: Agir, 2007.

_____. **Simulacro e poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. **Cultura e democracia**. 4. ed. São Paulo: Cortez, 1989

CORCUFF, P. **As novas sociologias**: a construção da realidade social. EDUSC: Bauru, 2001.

CORREIA, C. J. **A teoria da comunicação de Alfred Schutz**. Lisboa: Horizonte, 2005.

CRESPI, F.; FORNARI, F. **Introdução à sociologia do conhecimento**. São Paulo: Edusc, 2000.

DIZARD, W. A. **A nova mídia**: a comunicação de massa na era da informação. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora da UNB, 2001.

FARIA, G. **O governo Lula e o novo papel do estado brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2010.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105. 2008.

_____. Inclusões e apagamentos. In: Fausto Neto, A; Verón, E. **Lula Presidente: televisão e política na campanha eleitoral**. São Paulo: Hacker, 2003.

_____. **Comunicação e mídia impressa**. Estudo sobre a Aids. São Paulo: Hacker, 1999.

_____. **O impeachment da televisão: como se cassa um presidente**. Rio de Janeiro Diadorim, 1995.

_____. As Vozes do Impeachment. In: MATOS, H. (Org.) **Mídia, eleições e democracia**. São Paulo: Escrita, 1994.

FLORES, V. do N; TEIXEIRA, M. **Introdução à linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2005.

JAKOBSEN, K. A cobertura da mídia impressa aos candidatos nas eleições presidenciais de 2006. In: LIMA (Org). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

KUCINSKI, B. O antilulismo na campanha de 2006 e suas raízes. In: LIMA (Org). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. **As c@rtas ácidas da campanha de Lula de 1998**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2000.

_____. **A síndrome da antena parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

LAGE, N. **Linguagem jornalística**. São Paulo: Ática, 1985.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida: ensaios de sociossemiótica**. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LIMA, V. A. de. (Org). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. **Mídia, crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MAINGUENEAU, D. A aforização proverbial e o feminino. In: MOTTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs.). **Fórmulas discursivas**. São Paulo: Contexto, 2011.

_____. **Doze conceitos em análise do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

- _____. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.
- _____. **Gênese dos discursos**. São Paulo Parábola Editorial, 2008b.
- _____. A propósito do ethos. In: MOTA, A. R.; SALGADO, L. (Orgs). **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2008c.
- _____. **Discurso literário**. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005
- _____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.
- _____. **Termos-chave da análise do discursos**. Belo Horizonte: UFMG, 2000.
- _____. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1997.
- MARCUSCHI, L. A. **Produção Textual, análise de gêneros e compreensão**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- _____. Gêneros textuais: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKSKA, K. S. B. (Orgs.) **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2006.
- MATOS, H. (Org.) **Mídia, eleições e democracia**. São Paulo: Página Aberta, 1994.
- MAYO, E. C. **La producción mediática de la realidad**. Madrid: Liberinto, 2004.
- MELO, J. **Jornalismo opinativo**. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MICELI, S. Introdução: a força do sentido. In: BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- MIGUEL, L. F. **Política e mídia no Brasil: episódios da história recente**. Brasília: Plano Editora, 2002.
- _____. **Mito e discurso político: uma análise a partir da campanha eleitoral brasileira de 1994**. Campinas: Editora da UNICAMP: 2000.
- MILLER, C. R. **Estudos sobre gênero textual, agência e tecnologia**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2009
- MUSSALIM, F. Análise do Discurso. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Org.). **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**, v.2. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006.
- MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Org.). **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**, v.2. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

NATANSON, M. Introducción. In: SCHUTZ, A. **El problema de la realidad social**: Escritos I. 2 ed. Buenos Aires: Amarrortu, 2003.

O'DONNELL, G. **Democracia, agência e estado**: teoria com intenção comparativa. São Paulo: Paz e terra, 2011.

PREISWERK, M. **Educação popular e Teologia da Libertação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

RUBIM, A. A. C. Ética na política e ética na política nas eleições de 2006. In: LIMA (Org). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____. Espetacularização e midiaticização da política. In: RUBIM, A. A. C. (Org.) **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. Salvador: EDUFBA, 2004.

SANTAELLA, L. **Cultura das mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992.

SCHUTZ, A. **El problema de La realidad social**. Buenos Aires, Amorrortu, 2003.

SEARLE, J. R. **La construcción de La realidad social**. Barcelona: Paidós, 1997.

SOARES, M. C. Televisão e democracia. In: MATOS, H. (Org.) **Mídia, eleições e democracia**. São Paulo: Escrita, 1994.

SOUSA, M. W. de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, M. W. de (Org.). **Sujeito**: o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 2002.

SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

VILCHES, L. **La Television**: los efectos del bien y del mal. Barcelona: Paidós, 1996.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

WOLF, M. **Los efectos sociales de los media**. Barcelona: Paidós, 1994.

<<http://www.doxa.iuperj.br>> Acesso em : 04 de abr. 2008.

<<http://www.observatoriodemidia.org.br>> Acesso em : 04 de abr. 2008.

ANEXOS

ANEXO 1 – REPORTAGEM SOBRE O TEMA DO ABORTO NAS ELEIÇÕES DE 2010

09/07/13

Polêmica sobre aborto foi um dos fatores que provocaram segundo turno - Estadão.com.br

ESTADÃO.COM.BR/Brasil

Polêmica sobre aborto foi um dos fatores que provocaram segundo turno
Questão colocada no fim da campanha mobilizou evangélicos e impulsionou candidatura de Marina Silva

04 de outubro de 2010 | 0h 00

Marcelo de Moraes - O Estado de S.Paulo

Integrantes do comando de campanha da petista Dilma Rousseff reconhecem que não conseguiram dar resposta eleitoral eficiente para temas religiosos, como a legalização do aborto. Para eles, essa foi a principal razão que fez os votos de Dilma, especialmente entre as classes mais baixas, migrar para a candidatura de Marina Silva, do PV, impedindo sua eleição imediata já no primeiro turno.

Andre Lessa/AE

Marcha pela Vida. Dilma passou a perder votos entre católicos e evangélicos porque seria, na visão deles, favorável ao aborto

Durante a reta final da campanha, Dilma passou a perder votos entre eleitores evangélicos e católicos porque seria favorável à proposta que legalizaria o aborto no País. Marina, que é evangélica, pertencente à Assembleia de Deus, passou a ser apontada por pastores e padres como a melhor

candidata a apoiar, uma vez que tem posição histórica contra essa questão.

Aliados de Dilma, incluindo o próprio presidente Luiz Inácio Lula da Silva, intensificaram a quantidade de mensagens em defesa da "religiosidade" da candidata, mas isso não impediu que Marina continuasse capturando votos da campanha petista.

Na avaliação da coordenação de campanha, apesar de Dilma não ter conseguido liquidar a eleição no primeiro turno, ainda existe muita vantagem política em relação ao tucano José Serra. Para eles, a petista construiu uma vantagem significativa e só perderá no novo confronto se cometer erros graves.

Além disso, lembram que a capilaridade regional da aliança em torno de Dilma é muito maior que a de Serra. Os governistas venceram em mais Estados, especialmente na regiões Nordeste e Norte.

Mas existe uma preocupação com a natural desmobilização das campanhas regionais nos Estados onde a eleição já foi decidida no primeiro turno, como é o caso de Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Bahia e Pernambuco. Mesmo organizando comícios com a presença de suas principais estrelas locais, os petistas sabem que essa mobilização não será igual a uma campanha onde o principal candidato local está envolvido diretamente. Como consolo, lembram que Serra enfrentará o mesmo tipo de problema.

Outra preocupação é com a perda de vantagem no horário de propaganda eleitoral. Ao contrário do primeiro turno, quando Dilma tinha muito mais tempo do que seus adversários, essa vantagem não se repetirá. Pelas regras da eleição do segundo turno, os

09/07/13

Polêmica sobre aborto foi um dos fatores que provocaram segundo turno - Estadão.com.br

dois candidatos que chegam a essa disputa passam a ter direito ao mesmo tempo no rádio e na televisão. Com isso, acham que precisarão afiar ainda mais o conteúdo dos programas para impedir o crescimento de José Serra.

Além disso, os debates do turno final passam também a ter características diferente. Dilma e Serra passarão, a partir de agora, a se enfrentar diretamente nesses debates. Antes, esse tipo de evento acabava diluindo confrontos já que existiam outros candidatos, como Marina Silva e Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), para ocupar espaço. Desta vez, todas as perguntas serão feitas apenas entre Serra e Dilma, sem intermediários.

A primeira preocupação das duas campanhas é com a primeira semana da nova campanha. Serra quer capitalizar a ida ao segundo turno, considerada improvável pela maioria dos seus próprios aliados. A ideia é organizar encontros já a partir de hoje para articular as novas ações de campanha e aproveitar esse bom momento.

Do lado de Dilma, a intenção é mostrar que o adiamento da vitória no primeiro turno foi um mero acidente de percurso. Para isso, consideram fundamental que a petista apareça liderando com folga na primeira pesquisa de intenção de votos que for feita já para o segundo turno. Um resultado mais apertado, com menos de dez pontos de diferença seria considerado extremamente perigoso e motivador para a campanha dos partidos de oposição.

Um interlocutor direto de Dilma admite que a disputa em segundo turno se tornou perigosa. "Disputa em segundo turno é outro jogo completamente diferente. Temos vantagem boa, mas existem muitas outras variáveis que passam a pesar nesse jogo", afirma.

Por conta disso, os governistas pretendem colocar novamente no centro das ações o presidente Lula, justamente o principal cabo eleitoral de Dilma e responsável por seu excelente desempenho no primeiro turno.

A ideia é intensificar a estratégia de colar Lula mais ainda na campanha de Dilma. Nesse processo, o presidente deve praticamente deixar de lado a rotina da Presidência da República para participar o máximo possível de eventos ao lado de sua candidata, aproveitando sua alta popularidade com o eleitor.

Lula deverá também pedir apoio dos principais governadores eleitos pela base aliada para que tentem multiplicar seu apoio à candidata petista, especialmente em Estados onde conseguiram resultados abaixo da expectativa, como Minas Gerais e Paraná.

ANEXO 2 – REPORTAGEM SOBRE A APREENSÃO DE PANFLETOS PELA POLÍCIA FEDERAL

13/07/13 G1 Polícia Federal apreende panfletos contra Dilma em gráfica de São Paulo - Notícias em Eleições 2010



17/10/2010 16h20 - Atualizado em 17/10/2010 18h39

Polícia Federal apreende panfletos contra Dilma em gráfica de São Paulo

Aprensão foi feita a pedido do TSE, informou assessoria da PF. Folhetos ligam presidenciável do PT à defesa da legalização do aborto.

Do G1, em São Paulo e Brasília



Fachada da gráfica no bairro do Cambuci, em SP, onde os folhetos foram apreendidos pela Polícia Federal (Foto: Lucas Frasão / G1)

A Polícia Federal apreendeu neste domingo (17) na gráfica no bairro do Cambuci, em São Paulo, folhetos que relacionam a presidenciável Dilma Rousseff, do PT, à defesa da descriminalização do aborto. Segundo a assessoria de imprensa da Polícia Federal, a busca e a apreensão foram feitas a pedido do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). Agora, a PF encaminhará ao TSE um relatório referente ao caso. Paulo Ogawa, pai de Alexandre Takeshi Ogawa, proprietário da Editora e Gráfica Pana, disse ao **G1** que os agentes da Polícia Federal chegaram na gráfica por volta das 6h deste domingo e deixaram o local por volta das 15h. Ogawa disse que foram apreendidos somente os panfletos impressos, segundo ele, sob encomenda da Diocese de Guarulhos. “Eles (PF) vieram com um mandado de apreensão para aquele material específico da Diocese de Guarulhos. Eu prestei depoimento, mas no nosso caso está tudo tranqüilo. Foi uma encomenda feita pela Diocese de Guarulhos, tem carta deles, tem uma carta do Dom Luiz Gonzaga, então é de total responsabilidade deles”, afirmou Paulo Ogawa.

13/07/13 G1 Polícia Federal apreende panfletos contra Dilma em gráfica de São Paulo - Notícias em Eleições 2010

Neste sábado (16), o PT registrou um boletim de ocorrência no 5º Distrito Policial de São Paulo e protocolou uma representação na Justiça Eleitoral para apurar possível crime de difamação e a origem dos recursos usados para o pagamento pelos serviços da gráfica.

O advogado da coligação de Dilma Rousseff (PT), Márcio Silva, afirmou que foi a coligação que pediu ao TSE a apreensão do material por entender que é uma propaganda eleitoral irregular.

Silva disse que o TSE decretou segredo de justiça no caso e por isso, segundo ele, não é possível ter acesso à decisão do tribunal que determinou a apreensão. “Essa questão da propaganda está sob segredo de justiça. O relator imputou este segredo e nós também não temos cópia da decisão”, afirmou.

Segundo Silva, a coligação protocolou ainda outra representação relativa ao material. Essa outra ação é uma notícia-crime, denunciando a gráfica no caso da impressão dos panfletos. O advogado afirmou que nessa ação ainda não teria sido designado o relator dentro do TSE. No sábado, a gráfica argumentou que não cometeu irregularidade e que somente atendeu a uma encomenda legal feita por um cliente - no caso, a Diocese de Guarulhos, segundo a empresa.

2,1 milhões de exemplares

De acordo com os proprietários da gráfica, foram impressos 2,1 milhões de folhetos (100 mil na campanha do primeiro turno e 2 milhões na do segundo turno). Segundo a gráfica, o material foi encomendado pela Diocese de Guarulhos. Desde sábado (16), o **G1** tenta contato com o bispo de Guarulhos, dom Luiz Gonzaga Bergonini.

O folheto é intitulado "Apelo a todos os brasileiros e brasileiras" e assinado pela Comissão em Defesa da Vida do Regional Sul 1 da Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB). Neste domingo, o Regional Sul 1 divulgou nota no site da CNBB na qual afirma que não patrocina a impressão nem a distribuição de folhetos.

ANEXO 3 – CÓPIA DOS PANFLETOS APREENDIDOS PELA POLÍCIA FEDERAL



RECOMENDAMOS encarecidamente a todos os cidadãos e cidadãs brasileiros e brasileiras, em consonância com o art. 5º da Constituição Federal, *que defende a inviolabilidade da vida humana e, conforme o Pacto de S. José da Costa Rica, desde a concepção, independentemente de suas convicções ideológicas ou religiosas, que, nas próximas eleições, deem seu voto somente a candidatos ou candidatas e partidos contrários à descriminalização do aborto.*

Convidamos, outrossim, a todos para lerem o documento “Votar Bem” aprovado pela 73ª Assembleia dos Bispos do Regional Sul 1 da CNBB, reunidos em Aparecida no dia 29 de junho de 2010 e verificarem as provas do que acima foi exposto no texto “A Contextualização da Defesa da Vida no Brasil” (<http://www.cnbsul1.org.br/arquivos/defesavidabrasil.pdf>), elaborado pelas Comissões em Defesa da Vida das Dioceses de Guarulhos e Taubaté, ligadas à Comissão em Defesa da Vida do Regional Sul 1 da CNBB, ambos disponíveis no site desse mesmo Regional.

COMISSÃO EM DEFESA DA VIDA DO REGIONAL SUL 1 DA CNBB

Rua Conselheira Ramalho, 726 - Bela Vista - Cep 01325-000 - São Paulo-SP
Tel.: 11 3253.6788 - e-mail: cnbsul1@cnbsul1.org.br - Site: www.cnbsul1.org.br



Nós, participantes do 2º Encontro das Comissões Diocesanas em Defesa da Vida (CDDVs), organizado pela Comissão em Defesa da Vida do Regional Sul 1 da CNBB e realizado em S. André no dia 03 de julho de 2010,

- **considerando que**, em abril de 2005, no II Relatório do Brasil sobre o Tratado de Direitos Civis e Políticos, apresentado ao Comitê de Direitos Humanos da ONU (nº 45) **o atual governo comprometeu-se a legalizar o aborto;**

- **considerando que**, em agosto de 2005, **o atual governo** entregou ao Comitê da ONU para a Eliminação de todas as Formas de Discriminação contra a Mulher (CEDAW) documento no qual **reconhece o aborto como Direito Humano da Mulher;**

- **considerando que**, em setembro de 2005, através da Secretaria Especial de Política das Mulheres, **o atual governo apresentou ao Congresso** um substitutivo do PL 1135/91.

Como resultado do trabalho da Comissão Tripartite, no qual é proposta a descriminalização do aborto até o nono mês de gravidez e por qualquer motivo, pois com a eliminação de todos os artigos do Código Penal, que o criminalizam, o aborto, em todos os casos, deixaria de ser crime,

- **considerando que**, em setembro de 2006, no plano de governo do 2º mandato do atual Presidente, **ele reafirma**, embora com linguagem velada, **o compromisso de legalizar o aborto;**

- **considerando que**, em setembro de 2007, no seu IIIº Congresso, **o PT assumiu a descriminalização do aborto** e o atendimento de todos os casos no serviço público **como programa de partido**, sendo o primeiro partido no Brasil a assumir este programa;



CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL Regional Sul I

APELO A TODOS OS BRASILEIROS E BRASILEIRAS

NOTA DA COMISSÃO EPISCOPAL REPRESENTATIVA DO CONSELHO EPISCOPAL REGIONAL SUL 1 – CNBB

A Presidência e a Comissão Representativa dos Bispos do Regional Sul 1 da CNBB, em sua Reunião ordinária, tendo já dado orientações e critérios claros para “VOTAR BEM”, acolhem e recomendam a ampla difusão do “APELO A TODOS OS BRASILEIROS E BRASILEIRAS” elaborado pela Comissão em Defesa da Vida do Regional Sul 1 que pode ser encontrado no seguinte endereço eletrônico “www.cnbsul1.org.br”.

São Paulo, 26 de Agosto de 2010.

Nelson Westrupp
Dom Nelson Westrupp, scj
Presidente do CONSER-SUL 1

Benedito Beni dos Santos
Dom Benedito Beni dos Santos
Vice-presidente do CONSER-SUL 1

Airton José dos Santos
Dom Airton José dos Santos
Secretário Geral do CONSER SUL 1



- **considerando que**, em setembro de 2009, **o PT puniu os dois deputados** Luiz Bassuma e Henrique Afonso **por serem contrários à legalização do aborto;**

- **considerando como**, com todas estas decisões a favor do aborto, o PT e o atual governo tornaram-se ativos colaboradores do Imperialismo Demográfico que está sendo imposto em nível mundial por Fundações Internacionais, as quais, sob o falacioso pretexto da defesa dos direitos reprodutivos e sexuais da mulher, e usando o falso rótulo de “aborto - problema de saúde pública”, estão implantando o controle demográfico mundial como moderna estratégia do capitalismo internacional;

- **considerando que**, em fevereiro de 2010, o IVº Congresso Nacional do **PT manifestou apoio incondicional** ao 3º Plano Nacional de Direitos Humanos (PNDH3), decreto nº 7.037/09 de 21 de dezembro de 2009, **assinado pelo atual Presidente e pela ministra da Casa Civil, no qual se reafirmou a descriminalização do aborto**, dando assim continuidade e levando às últimas consequências esta política antinatalista de controle populacional, desumana, antisocial e contrária ao verdadeiro progresso do nosso País;

- **considerando que este mesmo Congresso aclamou a própria ministra da Casa Civil como candidata oficial do Partido dos Trabalhadores para a Presidência da República;**

- **considerando enfim que**, em junho de 2010, **para impedir a investigação das origens do financiamento por parte de organizações internacionais para a legalização e a promoção do aborto no Brasil, o PT e as lideranças partidárias da base aliada boicotaram a criação da CPI do aborto** que investigaria o assunto.

ANEXO 4 – REPORTAGEM SOBRE O DISCURSO NO QUAL O PAPA BENTO XVI ORIENTA IGREJA A INTERFERIR EM MATÉRIAS POLÍTICAS

13/07/13

Papa conclama bispos brasileiros a orientarem votos dos fiéis - CartaCapital

CartaCapital

Você está aqui: [Página Inicial](#) / [Política](#) / Papa conclama bispos brasileiros a orientarem voto dos fiéis

Política

Eleições

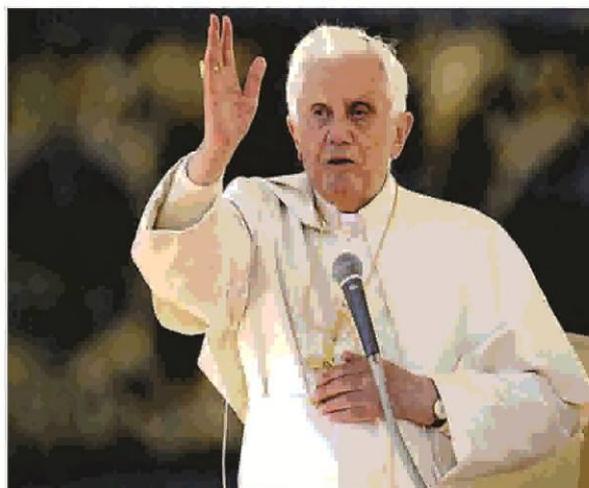
Papa conclama bispos brasileiros a orientarem voto dos fiéis

Reunido com bispos do Nordeste, Bento XVI defende que interfiram nas matérias políticas e destaca o combate à descriminalização do aborto

por Celso Marcondes — publicado 28/10/2010 12:51, última modificação 02/11/2010 22:14

Em reunião realizada nesta quinta-feira 28 no Vaticano com uma delegação de 15 bispos brasileiros do Nordeste, o papa Bento XVI perpetrou uma inadmissível intromissão na vida política do nosso País. Ele fez uma conclamação aos religiosos para que condenem o aborto e orientem politicamente seus fiéis.

Dada a relevância que o tema assumiu nesta reta final da campanha eleitoral, a entrada em cena do papa às vésperas do pleito, não pode deixar de causar espanto. Mesmo que em seu discurso não tenha feito alusão direta às eleições, a referência é clara. Tão clara, que já ocupou as manchetes dos principais portais de notícias brasileiros.



Reunido com bispos do Nordeste, Bento XVI defende que interfiram nas matérias políticas e destaca o combate à descriminalização do aborto. Por Celso Marcondes

Curiosamente, a declaração vem diretamente da Itália, país de maioria católica que há exatos 40 anos aprovou a descriminalização do aborto.

No início de seu discurso, ao discorrer sobre a missão dos bispos no Brasil, Bento XVI afirmou:

"Quando porém, os direitos fundamentais da pessoa ou da salvação das almas o exigirem, os pastores tem o grave dever de emitir um juízo moral, mesmo em matérias políticas".

E prosseguiu, sua orientação aos religiosos:

13/07/13

Papa conclama bispos brasileiros a orientarem votos dos fieis - CartaCapital

“quando os projetos políticos contemplam, aberta ou veladamente a descriminalização do aborto ou da eutanásia, o ideal democrático – que só é verdadeiramente tal quando reconhece e tutela a dignidade de toda pessoa humana – é traiçoadado nas suas bases. Portanto, caros Irmãos no episcopado, ao defender a vida não devemos temer a oposição e a impopularidade, recusando qualquer compromisso e ambiguidade que nos conformem com a mentalidade deste mundo”.

Ao referir-se à V Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe, o papa disse de forma bastante direta:

“Isto significa também que em determinadas ocasiões, os pastores devem mesmo lembrar a todos os cidadãos o direito, que é também um dever, de usar livremente o próprio voto para a promoção do bem comum”.

Ao encerrar seu pronunciamento, Bento XVI ainda se referiu a outra questão em debate no País, ao orientar os religiosos para que assumam a luta pela presença dos símbolos religiosos na vida pública.

Leia abaixo a íntegra do discurso do papa e tire suas conclusões

"Amados Irmãos no Episcopado,

Para vós, graça e paz da parte de Deus, nosso Pai, e do Senhor Jesus Cristo" (2 Cor 1, 2). Desejo antes de mais nada agradecer a Deus pelo vosso zelo e dedicação a Cristo e à sua Igreja que cresce no Regional Nordeste 5. Nos nossos encontros, pude ouvir, de viva voz, alguns dos problemas de caráter religioso e pastoral, além de humano e social, com que deveis medir-vos diariamente. O quadro geral tem as suas sombras, mas tem também sinais de esperança, como Dom Xavier Gilles acaba de referir na saudação que me dirigiu, dando livre curso aos sentimentos de todos vós e do vosso povo.

Como sabeis, nos sucessivos encontros com os diversos Regionais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, tenho sublinhado diferentes âmbitos e respectivos agentes do multiforme serviço evangelizador e pastoral da Igreja na vossa grande Nação; hoje, gostaria de falar-vos de como a Igreja, na sua missão de fecundar e fermentar a sociedade humana com o Evangelho, ensina ao homem a sua dignidade de filho de Deus e a sua vocação à união com todos os homens, das quais decorrem as exigências da justiça e da paz social, conforme à sabedoria divina.

Entretanto, o dever imediato de trabalhar por uma ordem social justa é próprio dos fiéis leigos, que, como cidadãos livres e responsáveis, se empenham em contribuir para a reta configuração da vida social, no

13/07/13

Papa conluma bispos brasileiros a orientarem votos dos fieis - CartaCapital

respeito da sua legítima autonomia e da ordem moral natural (cf. Deus caritas est, 29). O vosso dever como Bispos junto com o vosso clero é mediato, enquanto vos compete contribuir para a purificação da razão e o despertar das forças morais necessárias para a construção de uma sociedade justa e fraterna. Quando, porém, os direitos fundamentais da pessoa ou a salvação das almas o exigirem, os pastores têm o grave dever de emitir um juízo moral, mesmo em matérias políticas (cf. GS, 76).

Ao formular esses juízos, os pastores devem levar em conta o valor absoluto daqueles preceitos morais negativos que declaram moralmente inaceitável a escolha de uma determinada ação intrinsecamente incompatível com a dignidade da pessoa; tal escolha não pode ser resgatada pela bondade de qualquer fim, intenção, consequência ou circunstância. Portanto, seria totalmente falsa e ilusória qualquer defesa dos direitos humanos políticos, econômicos e sociais que não compreendesse a enérgica defesa do direito à vida desde a concepção até à morte natural (cf. Christifideles laici, 38). Além disso no quadro do empenho pelos mais fracos e os mais indefesos, quem é mais inerte que um nascituro ou um doente em estado vegetativo ou terminal? Quando os projetos políticos contemplam, aberta ou veladamente, a descriminalização do aborto ou da eutanásia, o ideal democrático - que só é verdadeiramente tal quando reconhece e tutela a dignidade de toda a pessoa humana - é atraído nas suas bases (cf. Evangelium vita, 74). Portanto, caros Irmãos no episcopado, ao defender a vida não devemos temer a oposição e a impopularidade, recusando qualquer compromisso e ambiguidade que nos conformem com a mentalidade deste mundo" (ibidem, 82).

Além disso, para melhor ajudar os leigos a viverem o seu empenho cristão e sociopolítico de um modo unitário e coerente, é "necessária - como vos disse em Aparecida - uma catequese social e uma adequada formação na doutrina social da Igreja, sendo muito útil para isso o "Compêndio da Doutrina Social da Igreja"" (Discurso inaugural da V conferência Geral do Episcopado Latino Americano e do Caribe, 3). Isto significa também que em determinadas ocasiões, os pastores devem mesmo lembrar a todos os cidadãos o direito, que é também um dever, de usar livremente o próprio voto para a promoção do bem comum (cf. GS, 75).

Neste ponto, política e fé se tocam. A fé tem, sem dúvida, a sua natureza específica de encontro com o Deus vivo que abre novos horizontes muito para além do âmbito próprio da razão. "Com efeito, sem a correção oferecida pela religião até a razão pode tornar-se vítima de ambiguidades, como acontece quando ela é manipulada pela ideologia, ou então aplicada de uma maneira parcial, sem ter em consideração plenamente a dignidade da pessoa humana" (Viagem Apostólica ao Reino Unido, Encontro com as autoridades civis, 17-IX-2010).

13/07/13

Papa conclama bispos brasileiros a orientarem votos dos fieis - CartaCapital

Só respeitando, promovendo e ensinando incansavelmente a natureza transcendente da pessoa humana é que uma sociedade pode ser construída. Assim, Deus deve "encontrar lugar também na esfera pública, nomeadamente nas dimensões cultural, social, econômica e particularmente política" (Caritas in veritate, 56). Por isso, amados Irmãos, uno a minha voz à vossa num vivo apelo a favor da educação religiosa, e mais concretamente do ensino confessional e plural da religião, na escola pública do Estado.

Queria ainda recordar que a presença de símbolos religiosos na vida pública é ao mesmo tempo lembrança da transcendência do homem e garantia do seu respeito. Eles têm um valor particular, no caso do Brasil, em que a religião católica é parte integral da sua história. Como não pensar neste momento na imagem de Jesus Cristo com os braços estendidos sobre a baía da Guanabara que representa a hospitalidade e o amor com que o Brasil sempre soube abrir seus braços a homens e mulheres perseguidos e necessitados provenientes de todo o mundo? Foi nessa presença de Jesus na vida brasileira, que eles se integraram harmonicamente na sociedade, contribuindo ao enriquecimento da cultura, ao crescimento econômico e ao espírito de solidariedade e liberdade

Amados Irmãos, confio à Mãe de Deus e nossa, invocada no Brasil sob o título de Nossa Senhora Aparecida, estes anseios da Igreja Católica na Terra de Santa Cruz e de todos os homens de boa vontade em defesa dos valores da vida humana e da sua transcendência, junto com as alegrias e esperanças, as tristezas e angústias dos homens e mulheres da província eclesial do Maranhão. A todos coloco sob a Sua materna proteção, e a vós e ao vosso povo concedo a minha Bênção Apostólica."

ANEXO 5 – REPORTAGEM SOBRE A APROVAÇÃO DE LULA, EM COMPARAÇÃO COM FHC

09/07/13

Ao final do primeiro mandato, Lula é aprovado por 52% dos brasileiros - 18/12/2006 - Opinião Pública - Datafolha

Datafolha

Ao final do primeiro mandato, Lula é aprovado por 52% dos brasileiros

Opinião Pública - 18/12/2006 00h00

DE SÃO PAULO

FHC era aprovado por 35% ao final do primeiro mandato; para 59%, segundo mandato de Lula será ótimo ou bom

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT), reeleito para um segundo mandato a se iniciar em janeiro de 2007, encerra sua primeira passagem pelo cargo com a aprovação de 52% dos brasileiros. Essa é a taxa dos que consideram o desempenho de Lula ótimo ou bom, e representa uma oscilação de um ponto para baixo em relação à pesquisa realizada nos dias 23 e 24 de outubro, quando 53% tinham essa opinião sobre o presidente. Naquela ocasião, Lula atingiu a maior taxa de aprovação a um presidente desde que o Datafolha começou a fazer pesquisas nacionais de avaliação do governo Federal, em 1990. A taxa dos que classificam o governo do petista como regular subiu três pontos (de 31% para 34%) e a dos que acham que ele vem sendo ruim ou péssimo oscilou de 15% para 14%.

Foram ouvidos 2178, em 111 municípios do país, no dia 13 de dezembro de 2006, e a margem de erro é de dois pontos percentuais, para mais ou para menos.

Na comparação com seu antecessor no cargo, o peessedebista Fernando Henrique Cardoso, Lula leva vantagem. Ao final de seu primeiro mandato, e reeleito para um segundo, o desempenho do tucano era considerado ótimo ou bom por 35%, regular por 37% e ruim ou péssimo por 25%.

A aprovação a Lula chega a 68% no Nordeste. Nas regiões Norte e Centro-Oeste ela é de 55%. No Sudeste e no Sul fica abaixo da média (44% e 41%, respectivamente).

Entre os que têm renda familiar mensal acima de dez salários mínimos, a taxa dos que aprovam o presidente (32%) é idêntica à dos que o reprovam. Para 36% desses brasileiros, o petista está fazendo um governo regular. Entre aqueles com renda entre cinco e dez salários mínimos, 40% aprovam Lula, 37% consideram seu desempenho regular e 23% acham que ele está fazendo um governo ruim ou péssimo. Já entre os que têm rendimentos até cinco salários mínimos, os percentuais são parecidos aos registrados na média nacional, sendo que 55% aprovam o presidente.

A aprovação à gestão do petista decresce à medida que aumenta a escolaridade do entrevistado: ela é de 58% entre os que têm escolaridade fundamental, de 50% entre os que têm nível médio e de 33% entre os que têm nível superior de escolaridade.

A nota média atribuída ao presidente, em uma escala de zero a dez, é 6,8. Ao final de seu primeiro mandato, em dezembro de 1998, a nota média atribuída a Fernando Henrique Cardoso era 5,6.

péssimo. Em dezembro de 1998, 41% acreditavam que Fernando Henrique Cardoso faria um governo ótimo ou bom, ante 30% que opinavam que ele seria regular e 23% que diziam que seria ruim ou péssimo.

Em seu primeiro ano de governo, Lula recebeu taxas de aprovação mais modestas, e sua aprovação se manteve estável em torno dos 40%. A primeira pesquisa feita pelo Datafolha para medir a avaliação do presidente junto aos brasileiros, três meses após a posse, nos dias 31 de março e 1º de abril de 2003, mostrava que 43% consideravam o desempenho do petista ótimo ou bom e 40% classificavam-no como regular. A taxa dos que consideravam seu desempenho ruim ou péssimo, por outro lado, de 10%, era quatro pontos menor do que a verificada hoje. Ao longo do ano, não foram registradas grandes alterações, embora em agosto a aprovação ao presidente tenha chegado a 45%, maior taxa registrada até então em seu governo. Em outubro, porém essa taxa voltou a 42%, e se manteve assim em dezembro, quando a reprovação chegou a 15%.

Em março de 2004, a aprovação a Lula caiu para 38% e a reprovação chegou a 17%. A pesquisa foi a primeira realizada após a eclosão do escândalo Waldomiro Diniz, ex-assessor da Casa Civil, que foi flagrado em um vídeo negociando contribuições para campanhas políticas e propina com o empresário do ramo de bingos, Carlos Ramos, o Carlinhos Cachoeira, em troca de favorecimento em licitação pública. Em agosto, a aprovação ao presidente chegou a seu nível mais baixo até então, 35%, taxa dez pontos menor do que a dos que consideravam o desempenho do presidente regular (45%). A taxa dos que reprovavam a gestão do petista permanecia em 17%.

Lula terminou 2004, no entanto, vendo a recuperação da avaliação positiva de seu governo, provavelmente em virtude de bons números na área econômica. Em dezembro, prestes a completar dois anos no cargo, o presidente era aprovado por 45% dos brasileiros, taxa que repetia a registrada em agosto de 2003. Em relação à pesquisa de agosto, haviam caído as taxas dos que consideravam o presidente regular (para 40%) e a dos que achavam que ele estava fazendo um governo ruim ou péssimo (para 13%).

Em 2005, Lula atingiu suas menores taxas de aprovação. No início de junho, ela era de 35%, uma queda de dez pontos em seis meses. Em pesquisa realizada no dia 16 daquele mês, logo após as denúncias feitas pelo então deputado Roberto Jefferson sobre uma "mesada" que seria paga pelo PT a parlamentares, em troca de apoio ao governo, ela oscilou para 36%. A partir de então, com a intensificação da crise provocada pelo chamado "mensalão", a aprovação a Lula se manteve em queda constante: 35% em julho, 31% em agosto e 28% em outubro e dezembro, mês em que a reprovação ao presidente chegou a 29%, maior taxa registrada ao longo do primeiro mandato do petista. Para completar a má fase vivida pelo presidente, o Datafolha também mostrava que, naquele momento, o peessedebista José Serra, então cotado para disputar a Presidência, o ultrapassava na preferência dos brasileiros pela primeira vez.

2006, o ano em que ganharia a eleição presidencial pela segunda vez, contra Geraldo Alckmin, do PSDB, foi o ano da recuperação da popularidade do presidente. Em fevereiro, sua aprovação era de 36%, oito pontos maior do que a verificada em dezembro. Após uma série de oscilações dentro da margem de erro, no início de agosto ela chegou a 45% e foi a 52% em pesquisa realizada nos dias 21 e 22 daquele mês, o que lhe dava, pela primeira vez, aprovação recorde na série histórica de pesquisas do Datafolha sobre avaliação dos presidentes brasileiros a partir de 1990.

Aquela era a primeira pesquisa realizada pelo Datafolha após o início da exibição do horário eleitoral gratuito, e Lula aparecia com chances de ser eleito no primeiro turno, com 56% dos votos válidos, isto é, excluídos os votos nulos, em branco, e os eleitores que se declaram indecisos.

No final de agosto, foi detectado um ligeiro recuo na aprovação a Lula, que caiu para 48%. A partir de então foram registradas oscilações, dentro da margem de erro, e o presidente chegou à véspera do segundo turno da eleição com 47% de aprovação.

Apesar de não ter sido vitorioso no primeiro turno, de ter sido duramente criticado por ter faltado a debate promovido pela Rede Globo, e do escândalo que envolvia petistas na compra de um dossiê contra os tucanos, a aprovação a Lula oscilou positivamente ao longo do mês de outubro, durante a campanha para o segundo turno, chegando a 51% no levantamento realizado nos dias 16 e 17 e à repetição de recorde na pesquisa dos dias 23 e 24, ao chegar a 53%.

Para 35%, Lula é melhor presidente que o Brasil já teve

A pesquisa também mostra que Lula é considerado o melhor presidente que o Brasil já teve por 35% dos brasileiros. O petista fica 23 pontos à frente de Fernando Henrique Cardoso, citado por 12% dos brasileiros como, pelo que sabem, ou ouviram falar, o melhor presidente que já governou o país. Juscelino Kubitschek é citado por 11%, Getúlio Vargas por 8% e José Sarney por 5%. Foram citados, ainda, entre outros, João Batista Figueiredo, Fernando Collor de Mello (2%), Tancredo Neves e Itamar Franco (1%, cada). Para 6%, nenhum presidente pode ser considerado como o melhor e 15% não souberam responder à indagação.

Lula leva mais uma vez vantagem sobre Fernando Henrique Cardoso quando se comparam os números desta pesquisa com os de levantamento realizado em dezembro de 2002, ao final do segundo mandato do tucano. Naquela ocasião, 18% achavam FHC o melhor presidente que já tinha governado o país, percentual que o deixava numericamente à frente, mas em situação de empate, no limite da margem de erro, com Getúlio Vargas, citado naquela ocasião por 14%, taxa seis pontos maior do que a atual. José Sarney obtinha, então, 11%, seis pontos a mais do que hoje. Não sabiam dizer quem teria sido o melhor presidente brasileiro, em dezembro de 2002, 29% dos entrevistados, taxa 14 pontos maior do que a verificada hoje.

Entre os brasileiros com escolaridade fundamental, 41% citam Lula como o melhor presidente que o país já teve, taxa seis pontos acima da média nacional. Já entre os que têm nível superior de escolaridade, Juscelino Kubitschek, com 23%, e Fernando Henrique Cardoso, com 21%, empatam. Lula é citado por 17%, e Getúlio Vargas por 12%, no estrato mais escolarizado.

Algo semelhante ocorre quando os resultados são analisados levando-se em consideração a renda familiar mensal. Entre os que têm rendimentos até dois salários mínimos por mês, Lula é o melhor presidente para 44% (nove pontos acima da média). Já entre os que ganham mais de dez salários mínimos, 23% citam Fernando Henrique Cardoso, 22% mencionam Juscelino, 16% Lula e 11% Getúlio.

As menções a Lula como o melhor presidente chegam a 57% no Nordeste e a 40% nas regiões Norte e Centro-Oeste. No Sul, Lula é citado por 25% (dez pontos abaixo da média), Fernando Henrique Cardoso por 14%, Juscelino Kubitschek por 10% e Getúlio Vargas por 12% (quatro pontos acima da média). No Sudeste, quem fica ligeiramente acima da média é Juscelino Kubitschek, mencionado como o melhor presidente do país por 15%. Lula é citado por 23% (12 pontos abaixo da média), Fernando Henrique Cardoso por 13% e Getúlio Vargas por 9%.

*Principal problema do país / áreas de melhor e pior atuação do governo:

Desemprego se mantém como principal problema do país durante todo o primeiro mandato;

Combate à fome e à miséria é melhor área de atuação para 17%; aumentam menções à saúde como área em que o governo se sai pior*

Ao longo de todo o primeiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva na Presidência, o desemprego ocupou o primeiro lugar como o principal problema do país, na opinião dos brasileiros. Hoje, indagados a respeito, 27% citam a falta de emprego como o principal problema. Vêm a seguir saúde, citada por 17% e segurança, por 16%. Entre outros problemas, se destacam educação (9%), fome e miséria (8%) e corrupção (6%).

Após três meses de governo do presidente Lula, em pesquisa realizada nos dias 31 de março e 1º de abril de 2003, o desemprego era considerado o principal problema nacional por 31% dos brasileiros, taxa similar à verificada hoje. As menções a esse problema atingiram seu recorde em março de 2004, chegando a 49%.

A saúde, por outro lado, atingia modestos 6% na primeira pesquisa sobre o tema feita durante o primeiro mandato de Lula, taxa 11 pontos menor do que a registrada hoje.

Naquela ocasião, fome e miséria ocupavam a segunda posição como principal problema do país, com 22% de citações, 14 pontos percentuais a mais do que hoje. Em junho de 2003 as menções a esse problema já tinham caído dez pontos, passando a 12%.

Após três meses de governo Lula, a segurança era apontada como o principal problema do país por 18%, taxa próxima à verificada hoje.

Do início do governo Lula para cá, aumentaram as taxas de menções à educação (4% após três meses, 9% hoje) e à corrupção (2% após três meses, 6% hoje).

O desemprego também liderou o ranking do principal problema do país durante todo o governo de Fernando Henrique Cardoso. O problema era mencionado por 49% dos brasileiros ao final do primeiro do mandato do tucano, em dezembro de 1998, e chegou a 53% de menções um ano seguinte. Ao final do governo do tucano, era mencionado por 34%.

Quando indagados sobre a melhor área de atuação do governo Lula, 17% citam o combate à fome e à miséria. A área social, de um modo geral, e os programas sociais do governo, somam 12% das menções, em situação de empate com a educação, citada por

11%. Vêm a seguir, entre outras áreas, economia (7%), combate ao desemprego (5%), saúde (4%), combate à inflação e salários (3%, cada).

No início do governo Lula, o combate à fome e à miséria atingiam 38% das menções. Naquele momento, a área social era citada por apenas 1%, e a educação por 4%.

Ao final do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, economia (12%) e educação (10%) empatavam como áreas de melhor desempenho, na opinião dos brasileiros. Ao final do governo tucano, a saúde ocupava o topo da lista, com 19% de menções.

E é a saúde, justamente, que hoje lidera como a área de pior desempenho do governo Lula, com 18% das menções, em situação de empate, no limite da margem de erro, com o combate ao desemprego, citado por 14%. A segurança é citada por 11% e a corrupção é mencionada por 8%. A área da educação atinge 6% das citações.

Após três meses de governo Lula, o combate ao desemprego empatava com a segurança como áreas de pior desempenho, com, respectivamente, 13% e 12% das menções. A saúde era citada por apenas 4%.

Entre junho de 2003 e junho de 2005 o combate ao desemprego liderou sozinho este ranking, chegando a 31% das menções em março de 2004.

*Expectativas econômicas:

Brasileiros estão mais otimistas quanto à economia*

Ao final do primeiro mandato do presidente Lula, menos brasileiros acreditam no aumento da inflação e do desemprego, e mais acham que o poder de compra dos salários vai aumentar.

Quando se comparam os resultados da pesquisa com as de levantamento realizado em dezembro de 1998, quando se aproximava o final do primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso, percebe-se que Lula vai começar seu segundo mandato contando com um maior otimismo por parte dos brasileiros em relação à economia nacional do que seu antecessor.

Para 34%, daqui para a frente, o desemprego vai aumentar, taxa que empata com a dos que acham que ele vai diminuir (32%) e com a dos que acreditam que vai ficar como está (31%).

A taxa dos que acreditam no aumento do desemprego é a menor registrada ao longo do primeiro mandato de Lula, empatando dentro da margem de erro com os 36% registrados em abril e junho de 2003, no primeiro ano de governo, e em dezembro de 2004.

Em relação à pesquisa anterior sobre o tema, realizada em abril deste ano, a taxa dos que acreditam no aumento do desemprego caiu 12 pontos percentuais (era de 46%), enquanto a dos que acham que ele vai diminuir subiu 13 pontos (era de 19%). A taxa dos que acham que o desemprego vai ficar como está se manteve no mesmo patamar.

Ao final do primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, em dezembro de 1998, 66% acreditavam no aumento do desemprego. Essa taxa chegou ao recorde de 72% em fevereiro de 1999. Ao final do governo tucano, em dezembro de 2002, era de 38%.

O percentual dos que acreditam que a inflação vai aumentar de agora em diante caiu de 44% em abril para 33% hoje. Essa é a menor taxa registrada ao longo do primeiro mandato do petista, juntamente com as verificadas em dezembro de 2003 (34%) e em fevereiro de 2006 (35%). A taxa dos que acham que ela vai diminuir subiu de 9% para 15% e a dos que opinam que vai ficar como está passou de 40% para 48%, a maior já registrada durante este governo.

Quando se encerrava o primeiro mandato de Fernando Henrique Cardoso, 48% achavam que a inflação iria aumentar. Essa taxa chegou a 72% em setembro de 2001; ao terminar o governo do peessedebista, era de 46%.

Os brasileiros também estão mais otimistas quanto ao poder de compra dos salários: para 38% ele vai aumentar, nove pontos a mais do que em abril, quando era de 29%. Para 22%, vai diminuir, taxa sete pontos inferior à registrada no levantamento anterior (22%) e a menor registrada até o momento. Na opinião de 37%, o poder de compra dos salários não vai se alterar, taxa idêntica à registrada no levantamento anterior.

Ao término do primeiro mandato de FHC, a maior parte dos brasileiros acreditava que o poder de compra dos salários ia diminuir (37%) ou ficar como está. Para 20%, ele iria aumentar. Em dezembro de 2002, a situação se inverteu: 38% acreditavam na melhora do poder de compra.

Passou de 30% em abril para 41% hoje o percentual dos que acreditam que a situação econômica do país vai melhorar nos próximos meses. A taxa dos que acham que ela vai piorar caiu de 22% para 14%, e a dos que acham que ela vai ficar como está oscilou de 43% para 42%.

Também aumentou a expectativa de que a situação econômica pessoal melhore, que passou de 44% para 55%.

Em dezembro de 1998, final do primeiro mandato de Fernando Henrique, 25% acreditavam em melhoria da situação econômica do país, ante 34% que achavam que ela ia piorar. Terminando o governo tucano, o otimismo era maior: 48% achavam que a economia do país melhoraria.