



A Construção Discursiva dos “fatos” pela mídia: um Estudo Enunciativo sobre o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) de Lula¹

Rafaela Queiroz Ferreira CORDEIRO²

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Ricardo MELLO³

Universidade Católica de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Este artigo pretende discutir a construção discursiva dos “fatos” pela mídia, pois os acontecimentos não são dados *a priori*: o jornalista, antes de “divulgar” um evento, opera recortes, convoca vozes, enquadra-as em seus textos, retoma discursos em circulação, etc., representando-o, enfim, para o público a partir de uma imagem/verdade (aparentemente) incontestável. Assim, baseando-nos na teoria enunciativa de Bakhtin (1993) e Bakhtin/Voloshinov (2006), nos trabalhos sobre mídia desenvolvidos por Lage (2006a) e Neveu (2006), entre outros teóricos, apresentamos como o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) foi construído discursivamente pela Folha de S. Paulo (SP) e pelo Jornal do Commercio (PE), um dia depois do anúncio oficial do programa pelo ex-presidente do Brasil Luís Inácio Lula da Silva.

Palavras-chave: discurso jornalístico; “fato”; PAC; mídia.

1. Introdução

Em virtude do avanço tecnológico e da intensificação da globalização em meados dos anos 70 (HALL, 2005), as escalas de tempo e espaço tornaram-se mais frouxas e as fronteiras quase desapareceram: as sociedades estão mais integradas, tanto fisicamente quanto virtualmente. O tempo e espaço, assim, tornaram-se simbólicos e os sistemas de significação e representação cultural se multiplicaram. Fez-se necessário produzir a informação em escala industrial; com a sua rápida difusão, ela é logo consumida e descartada. Objeto de disputa entre os veículos de comunicação e de consumo entre os sujeitos, a informação é uma importante fonte de lucro para as empresas jornalísticas. Guiando essencialmente o cotidiano das pessoas – pautando conversas, organizando suas rotinas, etc. – a mídia não oferece espaço a qualquer ocorrência: ela atribui relevância a alguns acontecimentos, em detrimento de outros,

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP) e Mestre em Linguística/Letras pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), e-mail: rafinha_qc@yahoo.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), e-mail: ricomello@uol.com.br



conforme critérios de noticiabilidade⁴, destacando, além disso, certos acontecimentos como representantes da “ordem do dia”, relegando outros a uma “não-existência”.

Nesse contexto, os veículos de comunicação permitem-nos ter acesso ao que acontece no mundo; pelo menos, teoricamente. Contudo, ao mesmo tempo em que nos oferece “esse mundo”, este nos é dado com a hipocrisia da clareza e objetividade. Ao “divulgar” conteúdos, selecionam-se os mais importantes, atribui-se prestígios a alguns, desqualificam-se outros. Seja conferindo-lhe status de destaque na primeira capa ou entre as chamadas principais do jornal ou na manchete do noticiário da TV ou em algumas editorias, seja no caso de uma cobertura “obrigatória” pautada pela concorrência com outros veículos de comunicação, o jornalista emprega estratégias para noticiar a informação, construindo-a segundo princípios e valores da empresa em que trabalha.

O universo das notícias é o das aparências do mundo. O noticiário não permite o conhecimento essencial das coisas, objeto do estudo científico, da prática teórica, a não ser por eventuais aplicações a fatos concretos. Por detrás das notícias corre uma trama infinita de relações dialéticas e percursos subjetivos que elas, por definição, não abarcam (LAGE, 2006a, p. 24).

Na maioria das empresas jornalísticas, se não em todas, a notícia passa por uma “rede” de processamento (NEVEU, 2006) até chegar às mãos do público: (1) ocorre a apuração; (2) a seleção do que será relatado; (3) a escrita e correção pelos editores, podendo ainda ser reescrita inúmeras vezes⁵. Após esse longo processo – embora ocorrido rapidamente, em virtude da pressão do tempo de fechamento do jornal, por exemplo – as notícias chegam aos leitores como discursos carregados de valores e intencionalidades, pois os sujeitos, a todo o momento, estão se posicionando diante dos “fatos” e das vozes sociais que estão em circulação. Dessa maneira, a notícia não é simplesmente uma mera “divulgadora” de acontecimentos, pelo contrário: o jornalista, ao noticiá-los, está enquadrando os discursos outros em seu discurso, organizando-os, deslocando-os, destacando e omitindo outros, etc. Portanto, esse gênero veicula

⁴ Apesar de esses critérios poderem variar de uma empresa jornalística para outra, em geral a noticiabilidade dos acontecimentos pode se dar a partir da notoriedade; do interesse público; do caráter de ineditismo e/ou polemicidade; da carga emocional que possui; do impacto que oferece; dos conflitos e da repercussão que trazem; de novidades que apresentam nas áreas científicas; entre outros (LAGE, 2006a).

⁵ Embora essa rede de processamento seja maior, englobando também as grandes agências americanas de comunicação, as assessorias locais, entre outros “filtros”, citamos apenas alguns para ilustrar o caminho “percorrido” pela informação.



numerosos discursos ideológicos, cujo poder de persuasão torna-o meio de divulgação de valores sociais, políticos e econômicos.

Em uma mesma notícia, encontra-se uma gradação de tópicos abordados e narrados, até porque é muitas vezes inviável (em termos econômicos, principalmente) relatar diversas “faces” ou os vários aspectos de um mesmo “fato”. Os assuntos que ficam em segundo ou terceiro plano, por exemplo, podem revelar o que foi apagado ou o porquê dos sujeitos buscarem minimizar os possíveis efeitos desses (sub)temas. Do mesmo modo, por mais que se cobre do jornalista notícias objetivas e imparciais, recorrendo, por isso, a formas de se “isentar” do que está escrevendo (a alguns esquemas de transmissão do discurso outro, como o discurso direto); usando a terceira pessoa, verbos como “dizer” e “afirmar”, entre outras “regras” ditadas pelo manual de comunicação da empresa, seus enunciados estão sempre retomando e antecipando outros (BAKHTIN, 1993). Logo, o jornalista está “condicionando” a interpretação dos “fatos” a partir dos enunciados-valores destacados na notícia.

Segundo Bakhtin (1993), um dos teóricos que fundamenta este trabalho, todos nós somos constituídos por discursos que carregam axiologias, isto é, valores. Contudo, mesmo que sejamos formados por outros discursos, toda enunciação tem um autor e cada uma, seja falada ou escrita, é nova, singular. O homem está sempre refratando, construindo o novo partir do já dito; no entanto, seu enunciado será uma construção única, pois ninguém repete/retoma exatamente o discurso outro. Assim sendo, as vozes selecionadas pelo jornalista para comentar um “fato” e a maneira de reportá-las, por exemplo, permitem-no construir o acontecimento axiologicamente diferente do noticiado por outra empresa de comunicação, embora isso não seja necessariamente percebido pelo jornalista⁶.

Partindo dessas ideias e da teoria enunciativa de Bakhtin (1993) e Bakhtin/Voloshinov (2006), dentre outros teóricos, analisamos a construção discursiva do PAC pela mídia. Para isso, selecionamos manchetes, notícias e chamadas do Jornal do Commercio (PE) e da Folha de S. Paulo (SP)⁷, publicadas sobre o tema no dia 23 de janeiro de 2007. A data escolhida se justifica porque corresponde a um dia após o anúncio oficial do programa pelo ex-presidente do Brasil Luís Inácio Lula da Silva, divulgado no dia 22 do mesmo mês e ano. A escolha desses periódicos se justifica

⁶ Partimos da ideia de que o sujeito pode ter ou não conhecimento das axiologias veiculadas através dos “fatos” noticiados, porque ele não tem (sempre) domínio (consciente) sobre os seus atos e as suas palavras.

⁷ Os textos coletados da FSP foram obtidos a partir da sua edição impressa. Todavia, os do JC foram coletados no seu site (www.jc.uol.com.br), através do link “edições anteriores”.

porque pertencem a diferentes regiões do Brasil e, assim, é provável apresentarem diferentes vieses ideológicos, construindo o “fato” diferentemente.

2. Um estudo enunciativo do discurso

A abordagem teórica adotada neste trabalho, citada brevemente acima, insere-se na perspectiva enunciativa da linguagem formulada por Bakhtin e seu Círculo⁸. A partir dela, assinalaremos, a seguir, alguns conceitos que nortearam nosso trabalho de análise do discurso: linguagem, contexto e dialogismo.

2.1 A linguagem como interação social

Para Bakhtin e seu Círculo, a linguagem caracteriza-se como um processo de interação entre os indivíduos situados historicamente em um contexto. Essencialmente dialógica, ela funda a alteridade; como um produto da vida social, não é imóvel, “fornecida de uma vez por todas” (VOLOSHINOV, 1930, p. 65), determinada por regras gramaticais. Os fatores e as forças que motivam o seu aparecimento e desenvolvimento são a organização social do trabalho e a luta de classes. Isso constitui um ponto importante, pois são essas propriedades que permearão a produção da língua. Esta última, por sua vez, não se constitui como um conjunto de regras abstratas; ao participar das relações sociais, carrega os seus valores, não sendo fixa, nem petrificada. Em constante evolução, a língua está ora refletindo ora refratando a sociedade e suas mudanças.

A lógica da língua não é absolutamente a da repetição de formas identificadas a uma norma, mas sim uma renovação constante [...] *A realidade da língua constitui também sua evolução.* Entre um momento particular da vida de uma língua e sua história se estabelece uma comunhão total. As mesmas motivações ideológicas reinam numa e noutra parte (BAKHTIN; VOLOSHINOV, 2006, p. 84, grifos dos autores).

Esse caráter dinâmico da linguagem é, para nós, um dos aspectos fundamentais da análise enunciativa/discursiva dos “fatos”, proposta neste trabalho: o simples uso de determinadas palavras, por exemplo, reflete posicionamentos sociais que podem ser inferidos; da mesma forma, as retomadas e (re)acentuações dos discursos em circulação pelo jornalista pode nos revelar as axiologias por detrás de um mesmo acontecimento.

⁸ Adotamos a perspectiva de que as ideias propostas por Bakhtin são compartilhadas pelo seu Círculo.



Isso, porque, como afirma Bakhtin (1993, p.100), “a linguagem não é um meio neutro que se torne fácil e livremente a propriedade intencional do falante; ela está povoada ou superpovoada de intenções de outrem”. Por isso, a todo o momento, os sujeitos estão se posicionando diante do mundo, do outro, deles mesmos, do próprio discurso, acrescentando novos valores aos discursos retomados.

Dessa maneira, estudar a construção discursiva dos “fatos” pela mídia é ir além das estruturas linguísticas, pois o sentido não se encontra dado *a priori*, mas como um efeito da interação entre os sujeitos. Logo, a partir dessa perspectiva, cuja linguagem é vista como objeto social, de caráter plástico e dinâmico, se faz possível compreender a língua como um conjunto de linguagens e o sujeito como naturalmente heterogêneo, o qual se constitui em uma multiplicidade infinda de discursos (CUNHA, 2003).

2.2 O papel do contexto no estudo do discurso

Inicialmente, é importante destacar que todo discurso é fruto do evento histórico sendo, por isso, único, já que sua enunciação é determinada pelo contexto social, pela situação espaço-temporal do momento, pelos sujeitos envolvidos, pela relação estabelecida entre eles e pelo propósito da comunicação. Cada um traz uma visão de mundo diferente e, partindo de uma análise discursiva, é possível verificar quais pontos de vista apresentam sobre a realidade. Mesmo no diálogo diário, por exemplo, quando relatamos, damos opiniões, sugestões, etc., estamos nos posicionando em relação ao que foi dito pelo outro. Qualquer conversa carrega transmissões e interpretações das palavras de outrem (BAKHTIN; VOLOSHINOV, 2006). Dessa maneira, o discurso não se apresenta como a expressão da consciência, pois esta é formada por vários discursos que os sujeitos interiorizaram ao longo da sua vida (FIORIN, 2006). O indivíduo, portanto, vê o mundo por meio dos discursos que assimilou.

Segundo Bakhtin e Voloshinov (2006), todo enunciado é uma resposta a um “já-dito”, seja num contexto imediato ou mais amplo. A fala é sempre formada por outras que lhe antecederam sobre o mesmo assunto. Logo, cada enunciado elaborado na comunicação social é uma importante unidade para compreender o todo. Diariamente, lidamos com fragmentos de discursos, isto é, enunciados soltos e aparentemente autônomos. Entretanto, eles estão misturados e sempre interagindo com outros enunciados fragmentados de outros discursos. “*A estrutura da enunciação é uma estrutura puramente social. A enunciação como tal só se torna efetiva entre falantes. O*



ato de fala individual [...] é uma *contradictio in adjecto*” (BAKHTIN; VOLOSHINOV, 2006, p. 132, grifos dos autores).

No entanto, é comum pensar que os enunciados são portadores de sentidos estáveis e, para desvendar o sentido de cada um, basta que se conheça o código linguístico do sujeito com o qual interage, isto é, fale a mesma língua. Dentro dessa visão (estruturalista), o sentido estaria inscrito no próprio enunciado e o contexto, nesse caso, desempenharia um papel mínimo (MAINGUENEAU, 2004). Contudo, o contexto é fundamental para a compreensão do enunciado: ele não é apenas uma moldura que enquadra o discurso. De acordo com Bakhtin e Voloshinov (2006, p. 109), “o sentido da palavra é totalmente determinado por seu contexto. De fato, há tantas significações possíveis quantos contextos possíveis”.

É evidente que os elementos linguísticos, os lexicais e gramaticais, por exemplo, indicam e orientam a interpretação de cada enunciado. No entanto, o seu sentido só será “desvendado” com o auxílio do contexto, pois este nos dá pistas importantes sobre a prática enunciativa (MAINGUENEAU, 2004). Desse modo, tudo tem valor na enunciação; seu caráter é plenamente social. Para Bakhtin e Voloshinov (2006), uma inscrição numa pedra é um diálogo com outras enunciações, pois ela não aparece isoladamente: é sempre uma resposta a algo já dito. Por isso, “uma análise fecunda das formas do conjunto de enunciações como unidades reais na cadeia verbal só é possível de uma perspectiva que encare a enunciação individual como um fenômeno puramente sociológico” (BAKHTIN; VOLOSHINOV, 2006, p. 131).

Assim sendo, a maioria dos enunciados apresenta marcas de tempo e de pessoa que serão mais bem interpretadas dentro do contexto do enunciador, do tempo e do local que o enunciado foi dito. Portanto, seu papel deve ser considerado em uma análise discursiva, haja vista que ele realiza mais do que um simples enquadramento. Segundo Bakhtin e Voloshinov (2006), “os contextos não estão simplesmente justapostos, como se fossem indiferentes uns aos outros; encontram-se numa situação de interação e de conflito tenso e ininterrupto” (p. 111).

Portanto, a compreensão de um enunciado está além da sua estrutura gramatical; esse aspecto é fundamental para os estudos de mídia, pois a “tentativa” de imparcialidade de uma notícia não se resume ao emprego de verbos “tidos” como mais objetivos que outros (dizer, afirmar, relatar, etc.). O simples ato de inter-relacionar um enunciado com outro, a justaposição de alguns discursos em circulação ou guardados na memória – convocados para se posicionar sobre o tema –, a destacabilidade dada a



certas vozes/declarações inseridas no lide/sublide ou no título/subtítulo, enfim, tudo isso nos oferece pistas de como o “fato” está sendo construído⁹, isto é, de quais elementos estão sendo relevados e/ou acentuados pela prática enunciativa do jornalista, interferindo sensivelmente na imagem que será passada do evento para o público-alvo.

2.3 O dialogismo na notícia

Como já foi explicitado, a linguagem não nasce internamente: “toda expressão linguística é orientada para o outro, ainda que esteja ausente” (VOLOSHINOV, 1930, p. 69). Dessa forma, o sujeito, naturalmente heterogêneo, se constitui a partir do outro em uma multiplicidade de discursos, empregando-os espontaneamente, sem perceber o fenômeno dialógico como um processo que ocorre naturalmente. A todo o momento, estamos retomando outras vozes, às vezes dando-lhes “marcas” e atribuindo-lhes suas fontes, pois somos constituídos por um já dito e, ao mesmo tempo, construímos um porvir, alimentando a infinita rede da comunicação verbal.

Apenas o Adão mítico que chegou com a primeira palavra num mundo virgem, ainda não desacreditado, somente este Adão podia realmente evitar por completo esta mútua-orientação dialógica do discurso alheio para o objeto. Para o discurso humano, concreto e histórico, isso não é possível: só em certa medida e convencionalmente é que pode dela se afastar (BAKHTIN, 1993, p. 88).

A partir desse princípio dialógico, Authier-Revuz (2004) elaborou os conceitos de “heterogeneidade mostrada” e “heterogeneidade constitutiva”. O primeiro ocorre quando o sujeito usa formas linguísticas para remeter ao discurso outro, delimitando-o na enunciação. O segundo refere-se à presença do outro nos nossos discursos sem marcar as fronteiras da voz de outrem, como no caso de textos irônicos e satíricos. Esses conceitos ilustram a ideia de que, a todo o momento, fazemos referência a outros discursos, seja explicitamente ou não. Portanto, o jornalista, ao escrever uma notícia, interage com diversas vozes, escolhe aquelas que transmitem a visão axiológica pertinente à empresa que trabalha, retoma e modifica as “palavras” das enunciações outras: ao final, o “fato” é construído segundo a visão do jornal para o qual trabalha e de acordo com a imagem que ele tem sobre o evento.

⁹ Para Authier-Revuz (2004), o uso das aspas nos discursos oferece efeitos de sentido diversos. Para ilustrar essa afirmação, a teórica cita pelo menos duas possibilidades de uso desse sinal: em um momento, o emprego das aspas é com fim de destaque; em outro, elas podem remeter a um distanciamento do autor do texto, tornando-o capaz de emitir um julgamento sobre as palavras aspeadas.

A indústria da informação tem se autopromovido como isenta de conteúdos ideológicos e interesses particulares na divulgação das notícias: para seus consumidores, fornece o mais fiel relato dos acontecimentos ao utilizar uma linguagem objetiva e uma técnica apropriada, que interdita usos ambíguos e tendenciosos da linguagem (MELO, 2004, p. 29).

Segundo Cunha (2002), a notícia caracteriza-se por ser um gênero plurivocal pela forma de inscrever outros discursos no texto (com e/ou sem esquemas de discurso reportado). Muitas vezes, observamos que ela engloba “fragmentos” de outros discursos como estratégia para marcar uma posição axiológica ou tornar a informação “mais” verdadeira, dando credibilidade ao texto. Além disso, quando um discurso é deslocado para outro contexto, por exemplo, modificações como a condensação (partes do discurso de outrem são omitidas) e o deslocamento (ênfase em elementos não realçados no discurso original) podem ocorrer, oferecendo-nos pistas sobre as avaliações discursivas que foram feitas.

Desse modo, o estudo da mídia na perspectiva enunciativa e dialógica mostra-nos que as notícias podem restituir os fragmentos da fala de outrem de várias maneiras, como de forma dissimulada (sem indicação que pertence a outrem), em construções híbridas (pertence a um sujeito, mas carrega dois tons e estilos), etc., agregando distintos valores ao texto. Por isso, a partir da leitura dos textos de Bakhtin, é possível compreender como funciona o dialogismo dos gêneros e a circulação discursiva na sociedade que, ocorrida nas diversas instâncias sociais, permite-nos entrar em contato com outras vozes, conhecendo os discursos da política, das religiões, da escola, etc. Contudo, essas vozes que circulam pelos gêneros não se apresentam da mesma forma de quando foram citadas, na medida em que apreendemos apenas aquilo que nos interessa. Portanto, os discursos estão misturados e fragmentados, o que nos mostra que lidamos com a construção de diversos acontecimentos e não um só “fato”.

3. Análises¹⁰

No dia 23 de janeiro de 2007, o Jornal do Commercio (JC), de Pernambuco, noticiou na primeira página, isto é, na capa, os seguintes enunciados, inseridos como a (1) manchete, o (2) subtítulo, a (3) legenda e um (4) pequeno texto ao lado da foto, respectivamente:

¹⁰ Em virtude do pouco espaço, foram apontados apenas os trechos das análises mais relevantes.



- (1) PACOTE DE LULA INCLUI OBRAS EM PERNAMBUCO (Fonte: JC, Pernambuco, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (2) Lula anunciou, ontem, o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), que contempla vários projetos para o Estado. Nordeste vai receber R\$ 80,4 bilhões (Fonte: JC, Pernambuco, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (3) CRESCIMENTO Lula anuncia o pacote que prevê redução de impostos em vários setores, principalmente os ligados à infraestrutura, e investimentos de R\$ 503,9 bilhões até 2010 (Fonte: JC, Pernambuco, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (4) CONFIANÇA Governador Eduardo Campos vê o PAC como *extremamente* positivo para Pernambuco. Entre as obras contempladas no pacote estão a ampliação do aeroporto e do metrô e a implantação da refinaria em Suape (Fonte: JC, Pernambuco, capa, p. 1, 23 jan. 2007, grifo nosso).

Acerca desses enunciados, destacados em virtude da posição ocupada na página do jornal, o que atribui, por sua vez, mais importância semântica à informação, dando-lhe mais visibilidade também pelo seu caráter de novidade e ineditismo, chamamos atenção para as palavras “crescimento” e “confiança”, grifadas em caixa alta no jornal, as quais comunicam valores positivos ao programa de Lula. Além disso, todos os enunciados acentuam o programa como favorável para Pernambuco e Nordeste, convocando a voz do governador de Pernambuco Eduardo Campos para ratificar essa representação que está sendo construída do PAC.

Observamos ainda que a expressão “extremamente”, inserida no discurso do político, acentua ainda mais o posicionamento do jornal. Esse advérbio, funcionando como uma modalização autonímica¹¹ (AUTHIER-REVUZ, 2004), permite ao jornalista tecer um “comentário sutil” sobre o que acredita ser o pacote para Pernambuco. Ou seja, ao relatar que o “Governador Eduardo Campos vê o PAC como *extremamente* positivo para Pernambuco”, o jornalista está, ao mesmo tempo, enfatizando a opinião do próprio governador, intensificando a “consideração” desse político sobre o PAC e, por detrás disso, também aponta a imagem – favorável – que possui do governo de Lula.

¹¹ Maingueneau (2004), retomando Authier-Revuz (2004), afirma que a modalização autonímica engloba os procedimentos por meio dos quais o enunciador desdobra seu discurso para realizar comentários, fazendo uma espécie de enlaçamento na enunciação. Ela pode se manifestar em construções como “de uma certa maneira”, “ou melhor”, “enfim”, etc.



Paralelamente, na capa da Folha de S. Paulo do dia 23 de janeiro de 2007, destacam-se os seguintes enunciados, inseridos como a (5) manchete, os ((6) e (7)) subtítulos e as ((8) e (9)) chamadas, respectivamente:

- (5) Plano de Lula é criticado por empresários e governadores (Fonte: FSP, São Paulo, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (6) Estados temem perda de receita com programa de crescimento (Fonte: FSP, São Paulo, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (7) CUT e Força condenam falta de medidas para criar empregos (Fonte: FSP, São Paulo, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (8) Pacote não toca no problema dos juros elevados (Fonte: FSP, São Paulo, capa, p. 1, 23 jan. 2007).
- (9) Indústrias de base e eletrônica são beneficiadas (Fonte: FSP, São Paulo, capa, p. 1, 23 jan. 2007).

Diferentemente dos enunciados da capa do JC, a FSP, a partir do emprego de palavras como “criticado”, “perda” e “condenam”, vai tecendo uma imagem negativa do programa. Convocando o grupo empresarial, os governadores da oposição e órgãos legitimados pela sociedade, como a CUT e a Força Sindical, o periódico de São Paulo traz críticas ao programa de Lula, acentuando a ideia de que ele não traz mudanças fundamentais, mostrando-se “convencional” (expressão posteriormente empregada pelo periódico). Além disso, acentua-se que os juros não fazem parte do plano, aspecto que se torna o ponto de intriga entre o governo de Lula e a base oposicionista.

Sobre a capa da FSP, é importante ressaltarmos ainda que esses enunciados, assim como os do JC, são acentuados pelo jornalista por encontrarem-se em uma posição privilegiada – capa –, pela importância semântica da informação – de caráter social, político e econômico – e por convocar vozes/enunciadores legitimados pela sociedade: o presidente do Brasil, o grupo empresarial e os governadores, estes últimos, contudo, da oposição. Ademais, o “fato” é representado não só como inédito, mas polêmico, pois o programa considerado “carro-chefe” de Lula não tem o aval de parcelas importantes para aprovar as suas propostas. Desse modo, apesar de o “fato” ser o “mesmo”, observamos que ele é construído distintamente pelos dois jornais: as chamadas e os títulos que aparecem na primeira capa nos dão pistas da orientação

axiológica de cada jornal e, por conseguinte, do tratamento que o “fato” terá ao longo das notícias.

Nessa edição dos jornais, observamos um bombardeamento de informações sobre o PAC em praticamente todas as suas editorias, podendo causar uma exaustão na leitura ou, por outro lado, mais visibilidade ao “fato” em cada periódico. Além disso, tanto no JC como na FSP, grande parte das matérias publicadas sobre esse evento concentrou-se nas editorias “Economia” e “Dinheiro” respectivamente. Também notamos que os dois periódicos retomaram e (re)acentuaram praticamente os mesmos discursos, como o da oposição, dos governadores, do próprio presidente, da CUT, da Força Sindical, etc., os quais estavam em circulação pela mídia sobre. No entanto, cada periódico operou deslocamentos discursivos distintos, segundo os vieses axiológicos de cada veículo. Para melhor ilustrar esse aspecto, apresentamos aqui o lide e sublide da notícia (10) “Pacote Federal dá prioridade ao Nordeste”, publicada no JC, e o lide e sublide da notícia (11) “Lula pede apoio e defende democracia”, veiculada na FSP:

(10) BRASÍLIA – Num ato que marca o início *de fato* do seu segundo mandato, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva lançou o PAC com compromissos econômicos, políticos e sociais. *Prometeu* mais crescimento dentro dos *limites de segurança*, defendendo a manutenção *da* disciplina fiscal. Lula reafirmou seu compromisso com as liberdades democráticas, ao dizer que *aqui não se cresce sacrificando a democracia*, palavra repetida sete vezes em menos de 15 minutos. (Fonte: JC, Pernambuco, editoria Economia, p. 1, 23 jan. 2007, grifos nosso).

(11) Num ato que marca o início *de fato* do segundo mandato, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva lançou o PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) com compromissos econômicos, políticos e sociais. *Prometeu* mais crescimento dentro *dos limites de segurança*, defendendo a manutenção *de alguma* disciplina fiscal. Reafirmou seu compromisso com as liberdades democráticas, ao dizer que *aqui não se cresce sacrificando a democracia*, palavra repetida sete vezes em menos de 15 minutos. (Fonte: FSP, São Paulo, editoria Dinheiro, p. B3, 23 jan. 2007, grifos nosso).

Os dois trechos, embora semelhantes, trazem algumas diferenças sutis, grifadas por nós. A expressão “limites de segurança”¹², por exemplo, citada sem marcas no

¹² Essa expressão foi empregada por Lula no seu discurso sobre o PAC: “Quando falamos em acelerar, não se trata, como dizia aquela antiga canção da Jovem Guarda, de entrar na Rua Augusta a 120 km por hora, mas de acelerar com firmeza, na estrada certa, na hora certa, mantidos os limites ideais de segurança [...]” e “Crescer de forma correta é crescer com equilíbrio fiscal, com redução da dívida e da vulnerabilidade externa [...]” (Fonte: Trechos do discurso oficial do Presidente Lula sobre o PAC, obtido a partir do site da Folha de S. Paulo).



Jornal do Commercio, é aspeada na Folha de S. Paulo. Provavelmente, essas palavras foram sinalizadas pelo jornalista com o objetivo de se afastar do dito e também para despertar a atenção do leitor, já que Lula propõe um crescimento não muito “ousado”, aspecto acentuado pelos depoimentos trazidos por esse último periódico, revelando um posicionamento desfavorável ao governo do PT. Segundo Authier-Revuz (2004), as aspas são mais usadas pelos jornalistas para indicar uma certa reserva do enunciador – uma distância diante de outras “vozes” –, embora isso não seja necessariamente um ato consciente do sujeito, o qual pode estar seguindo as regras dos manuais de comunicação¹³ da empresa onde trabalha.

Da mesma maneira, a expressão “aqui não se cresce sacrificando a democracia” é aspeada somente na FSP. Nesse caso, durante o desenvolvimento da matéria, observamos que o emprego dessas aspas não se resume a mera atribuição da voz ao presidente Lula, distanciando-se dela. A referência a essa expressão – retomada outras vezes ao longo do texto – corresponde a uma tentativa de distanciamento do sistema de governo do presidente da Venezuela Hugo Chávez que, de acordo com o jornal, “é acusado de atentar contra as liberdades democráticas”, o que evidencia o dialogismo como o fenômeno próprio do discurso.

Assim, após o relato de que Lula pretende crescer, mas sem sacrificar a democracia, permanecendo dentro dos “limites de segurança”, o leitor tem a imagem de que Lula propõe um crescimento não muito ousado. Esse aspecto é ainda intensificado pelo pronome indefinido “alguma” que, empregado pela FSP, marca uma diferença em relação ao trecho do JC, pois mostra uma tomada de posição enunciativa do jornalista dentro da própria citação do presidente. Enquanto no JC, noticia-se que Lula defenderá a disciplina fiscal como um todo, na FSP há restrições acerca dessa defesa, pois esse periódico aponta que alguns grupos ficarão de fora do seu programa.

Comparando ainda esses trechos, assinalamos que tanto a opção de um determinado esquema para reportar um discurso, como o novo contexto ao qual este será submetido, são aspectos que estão interagindo com o discurso do enunciador. Não levar em conta essas condições significa ignorar o dialogismo constitutivo dos discursos. Por isso, o uso das aspas com mais frequência no lide da notícia da FSP do que no da do JC, pode-nos apontar também para um “resumo com citação”. Conforme

¹³ Os manuais de redação, surgidos no Brasil a partir de meados de 1950, tinham por objetivo generalizar procedimentos de técnica de redação que estavam sendo adaptados de modelos estrangeiros (LAGE, 2006b). Atualmente, esses manuais são um importante meio de consulta do jornalista para escrever uma notícia de acordo com as normas determinadas pela empresa onde trabalha.

Maingueneau (2004), nesse tipo de discurso relatado tem-se vários fragmentos de um discurso que restituem o “conjunto de um discurso já enunciado” (p. 155). De acordo com esse autor, o texto original aparece apenas como “pedaços” integrados ao discurso do enunciador que o está citando. Então, sem as aspas nada distinguiria as palavras do texto “original” – do discurso de Lula – daquelas empregadas pelo jornalista.

Observamos também nos trechos dos dois jornais, o emprego do verbo “prometer”, cujo uso mostra ser de mais força e impacto do que “dizer”, “afirmar” e “relatar”. “Prometer” implica certas condições, como a obrigatoriedade com algo ou alguma coisa (MAINGUENEAU, 2004), haja vista que os verbos introdutórios dos discursos não são nunca neutros, trazendo um enfoque subjetivo. Além disso, a expressão “de fato” nos mostra o acento dado ao discurso: funcionando como um operador metadiscursivo, seu uso atribui um papel importante ao enunciado, marcando-lhe para o leitor. De acordo com Maingueneau (2008), termos como “digamos”, “enfim”, “assim”, etc., podem funcionar como operadores metadiscursivos, atribuindo ênfase ao enunciado retomado em determinado contexto.

Em termos gerais, constatamos que o JC acentuou enunciados – nas chamadas, nos títulos, subtítulos, lide, sublide, etc. – referentes às propostas do PAC para o estado de Pernambuco. Dessa forma, apesar de trazer críticas de governadores e empresários, essas foram minimizadas, pelo destaque dado ao PAC como favorável para o estado de Pernambuco e a região Nordeste. Já a FSP, oferecendo um espaço substancial ao grupo empresarial e aos governadores da oposição, acentuou seus “graves furos”, criando uma imagem de um programa deficiente, precário. Logo, os periódicos apresentaram enfoques diferentes acerca do mesmo “fato”, construindo-o discursivamente e axiologicamente de maneiras distintas.

4. Considerações Finais

Após as análises, observamos que os dois jornais construíram de forma distinta o PAC. Como Pernambuco será beneficiado pelo pacote, o Jornal do Commercio acentuou as medidas positivas para o estado. A Folha de S. Paulo, como representa um grande grupo de empresários, trouxe mais críticas ao plano, buscando acentuar a imagem do governo que fazem seus leitores.

Logo, embora deparemo-nos com os “mesmos” discursos em circulação, seja o de Lula, dos governadores, da oposição, de outros órgãos, etc., esses estão interagindo com os discursos dos enunciadores e servirão aos seus propósitos. Dessa forma, por



maior que seja a tentativa de objetividade do jornalista, é possível haver mudanças sutis no significado do discurso citado, nem sempre perceptíveis ao leitor.

Por fim, constatamos que por detrás dos “fatos” há axiologias. Todos os acontecimentos, filtrados e selecionados, são construídos discursivamente. Mas sempre haverá outros discursos, outras vozes, por detrás do que é relatado para as pessoas. E o jornalista, ao retomar outros discursos, interage com eles, enquadra-os em novos contextos, agrega-lhes outras axiologias. E, por mais que se cobre dele notícias objetivas e imparciais, é impossível fugir da corrente dialógica do discurso.

5. Referências bibliográficas

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

BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, V. **Marxismo e Filosofia da Linguagem. Problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

_____; O Discurso no Romance In: BAKHTIN, Mikhail. **Questões de Literatura e Estética: a teoria do romance**. 3. ed. São Paulo: Unesp Hucitec, 1993, p. 71-163.

CUNHA, Dóris de Arruda C. A pluridiscursividade em contos de Rubem Fonseca. In: **Anais do I Congresso e IV Colóquio da Associação Latinoamericana de Analistas do Discurso**. Recife, 2003 (CD-ROM).

_____. O funcionamento dialógico em revistas e artigos de opinião In: Dionisio, A., Machado, A. R. e Bezerra, M. A. (org.) **Gêneros textuais & Ensino**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002, p. 166-179.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2006, 87p. – (Princípios; 137).

FOLHA DE SÃO PAULO, 23 de jan. 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6. ed. São Paulo: Ática, 2006a.



_____. **Linguagem jornalística**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2006b.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. Citação e destacabilidade. In: MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da Enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008, p. 75-92.

MELO, Sandra Helena Dias de. O discurso de neutralidade na imprensa. In: **Linguagem em (Dis)curso** – LemD, Tubarão, v. 5, n.1, p. 29-40, 2004.

NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. Tradução de Daniela Dariano. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SILVA, Luís Inácio Lula da. **Confira a íntegra do discurso de Lula sobre o PAC**. Folha de São Paulo, São Paulo, 22 jan. 2007. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u113897.shtml>>. Acesso em: 25 fev. 2010.

VOLOSHINOV, V. N. Estrutura do Enunciado. Tradução de Ana Vaz. In: **Literaturnja Ucëba**, v. 3, p. 65-87, 1930.