



A produção jornalística sob um viés dialógico¹

Élida LIMA²

Universidade Católica de Pelotas UCPel-RS

RESUMO

O trabalho proposto tem como objetivo central discorrer sobre a produção jornalística, considerando os pressupostos da teoria dialógica do discurso (Bakhtin, 1952-1953/2003), especialmente o princípio de dialogismo e a noção de enunciado, em interlocução com estudos sobre a mídia (Charaudeau, 2006; Rodrigues, 1994; Traquina, 2005), os quais permitem vislumbrar, mesmo que em parte, os efeitos de sentido produzidos na cena discursiva construída pelos jornais, principalmente no que se refere à pretensa “imparcialidade”, “objetividade” e “veracidade” das informações eleitas para figurar na capa dos jornais impressos.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo impresso; análise do discurso; dialogismo; Zero Hora; MST.

1. Considerações iniciais

A proposta de vislumbrar a esfera midiática a partir dos estudos da linguagem, mais especificamente sob a acepção da malha conceitual bakhtiniana, não é uma escolha aleatória, eis que aderimos à concepção de uma língua viva. Assim, nossas reflexões são realizadas no intuito de uma articulação (complementar) das noções da esfera jornalística com os conceitos da teoria bakhtiniana, no que se refere, principalmente, a compreensão da linguagem como fruto de uma interação social. Ou seja, os discursos produzidos na esfera jornalística, na nossa compreensão, são produções discursivas situadas histórica e socialmente, a partir de um permanente movimento de relações dialógicas com outros discursos em diferentes direções, garantindo a dinamicidade de sentidos.

A malha conceitual bakhtiniana nos oferece ainda o atributo da interdisciplinaridade, o que representa a possibilidade de empreendermos este trabalho. Trata-se de um viés teórico que considera o heterogêneo espaço social. Neste estudo, buscamos contar com este conjunto conceitual para iluminar um complexo objeto, que suscita inúmeras formas de compreensão: a esfera midiática. Assim, acreditamos ser possível, à luz dos estudos bakhtinianos observarmos as estratégias discursivas

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

² Mestre em Letras pela PPGLetras da UCPel-RS, e-mail lima.elida@gmail.com



utilizadas no jornalismo impresso, como é o caso do jornal Zero Hora. Dentro do vasto espaço enunciativo que compõe um jornal impresso, temos especial interesse na primeira página, pois consideramos serem construídas ali cenas performáticas onde se entrecruzam diferentes vozes.

2. Abordagem dialógica

Uma das maiores contribuições do Círculo de Bakhtin para os estudos linguísticos, no nosso entendimento, foi apresentar a concepção de linguagem como um produto da interação social, sem, no entanto, dispensar o sistema linguístico. A estrutura da enunciação e mesmo a atividade mental de elaboração estilística da enunciação são de natureza social, tendo como centro organizador o exterior. Ao trazer a língua para a ordem do social, que depende de uma interação dos sujeitos, Bakhtin/Volochinov (1999) explicita como essa interação se dá e passa a apresentar, ainda que de forma inicial, o conceito de enunciado, já sob uma nova perspectiva:

A verdadeira substância da língua não é constituída por um sistema abstrato de formas linguísticas nem pela enunciação monológica isolada, nem pelo ato psicofisiológico de sua produção, mas pelo fenômeno social da *interação verbal*, realizada através da *enunciação* ou das *enunciações*. A interação verbal constitui assim a realidade fundamental da língua (Bakhtin/Volochinov, 1999, p.123).

É esse enunciado, produzido e constituído a partir da interação verbal, que passa a ser objeto das ciências humanas, em estudos que buscam compreender o ser humano como um sujeito situado social e historicamente, fazedor de história. Barros (2005, p.26) oferece algumas definições para esse objeto: é significante ou de significação (o texto significa); é produto da criação ideológica, compreendendo contexto histórico, social, cultural etc.; é dialógico, definindo-se pelo diálogo entre interlocutores e pelo diálogo com outros textos; é único, não-reiterável e não-repetível.

Desse modo, para a teoria bakhtiniana, a língua é considerada em situações concretas na materialização de enunciados, os quais estão sempre em inter-relação com outros enunciados e fazem circular posições avaliativas de sujeitos do discurso. O enunciado implica também, como observa Bakhtin (2003), uma relação entre o dado e o criado, no sentido de ressaltar sua dimensão de singularidade, de ressignificação, de irrepetibilidade. Mesmo havendo algo que é dado, mesmo que uma repetição linguística,



sempre há criação, renovação, reelaboração, pois os sujeitos e contextos são sempre outros.

Assim, o princípio do dialogismo é a matriz conceitual do pensamento de Mikhail Bakhtin, sendo questão norteadora não só para quem busca compreender as noções apresentadas pelo pensador russo como também para os que se ocupam dos estudos das ciências humanas. A concepção de linguagem dialógica impregnou e produziu reflexos na compreensão do objeto das ciências humanas: o sujeito que se constrói no discurso ou por meio dele (Barros, 2005). Esse estatuto social que a linguagem adquiriu pelo olhar bakhtiniano abre caminho para que as relações humanas, sua organicidade, sejam observadas a partir do entrelaçamento de aspectos verbais, sociais, ideológicos e dialógicos.

Dentre estes elementos, todos constitutivos da linguagem, focaremos inicialmente na questão verbal. No que tange aos elementos lingüísticos, podemos observar a intrínseca relação empreendida entre os elementos estáveis e os não-reiteráveis a partir das noções de *significação e tema*. Esses dois conceitos não só contribuem para o entendimento do enunciado concreto, como trazem luz a outros aspectos do arcabouço conceitual da teoria dialógica, como a importância de não descartar as relações lógicas para a compreensão da linguagem enquanto dialógica.

Os pensadores russos definem a *significação* como “um aparato técnico para a realização do tema” (Bakhtin/Volochinov, p.129). Trata-se, então, dos elementos repetíveis, que não têm atributo de sentido, mas oferecem o suporte para a noção de *tema*. É no domínio da *significação* que está resguardado o potencial de construção de sentido, capacidade que Cereja (2005, p.202) diz ser “própria dos signos lingüísticos e das formas gramaticais da língua”. Dessa forma, à *significação* estão vinculados os aspectos lingüísticos que somente ganham vida no uso, na relação indissociável com o *tema*.

O *tema* constitui-se como a própria enunciação, única e não-reiterável, sendo composto por aspectos verbais e não-verbais, que ganham sentidos outros a partir do acento de valor produzido no processo enunciativo. Quer dizer que o *tema* se realiza numa situação concreta, abrangendo uma dimensão histórico-social.

A maneira mais correta de formular a inter-relação do tema e da significação é a seguinte: o tema constitui o *estágio superior real da capacidade*

lingüística de significar. De fato, apenas o tema significa de maneira determinada. A significação é o *estágio inferior da capacidade de significar*. A significação não quer dizer nada em si mesma, ela é apenas um *potencial*, uma possibilidade de significar no interior de um tema concreto. (Bakhtin/Volochinov, 1999, p.131)

Essas duas noções não podem ser compreendidas como dicotômicas, pois são constitutivas uma da outra. É impossível desvincular o *tema* da estabilidade que a *significação* lhe concede, ligando-o ao sistema da língua em uso e aos enunciados antecedentes, assim como é impossível atribuir um significado para uma palavra isolada sem considerá-la como elemento do *tema*, sem dar um exemplo para contextualizá-la.

Essa indissociabilidade entre *significação* e *tema* a que se refere Bakhtin/Volochinov (1999) nos remete à concepção de signo ideológico, constitutivo da linguagem no que tange aos aspectos sociais/verbais/históricos/ideológicos. Porém, antes de adentrarmos na questão do signo e a compreensão pela teoria dialógica, consideramos fundamental explicar o entendimento que os integrantes do Círculo têm de ideologia, ideológico. Ideológico, como adjetivo, aparece em alguns textos como sinônimo de axiológico, de acento de valor, concepção que está em consonância com outros escritos do Círculo que colocam o enunciado sempre numa dimensão avaliativa.

Além do princípio do dialogismo, a noção de enunciado é fundamental para a proposta conceitual da teoria bakhtiniana. De forma sucinta, podemos afirmar que somente por meio do enunciado, na interação verbal, a língua se materializa, seja na forma oral, seja na forma escrita. Porém, para uma compreensão mais ampla do termo, buscamos alguns aspectos elencados na obra do Círculo sobre a linguagem que mostram algumas particularidades do enunciado enquanto unidade mínima da comunicação discursiva.

A *compreensão*, ativamente responsiva, só ocorre quando o ouvinte considera o contexto em que o enunciado se concretiza. “Compreender é opor à palavra do locutor uma *contrapalavra*” (Bakhtin/Volochinov, 1999, p.132). Essa compreensão ativa é aguardada pelo locutor, que não espera “uma compreensão passiva, por assim dizer, que apenas dobre o seu pensamento em voz alheia, mas uma resposta, uma concordância, uma participação, uma objeção, uma execução, etc.” (Bakhtin, 2003, p.272).

A concepção de um ouvinte que atribui sentidos aos enunciados e que não apenas os recebe é fundamental no complexo processo de comunicação discursiva.



Afinal, as palavras são constituídas pelo que Bakhtin/Volochinov (1999) denominou de *acento de valor* ou *apreciativo*. Estamos tratando aqui do elemento que desencadeia o enunciado, determinante para a passagem do âmbito da *significação* para a dimensão do *tema*. É nesse sentido que Bakhtin/Volochinov (1999) diz que “quando um conteúdo objetivo é expresso (dito ou escrito) pela fala viva, ele é sempre acompanhado por um acento apreciativo determinado. Sem acento apreciativo, não há palavra” (p.132). A partir desse entendimento, podemos afirmar que o enunciado concreto bakhtiniano vem carregado de sentidos, não é neutro, pois aporta um traço avaliativo concebido pelo locutor.

2. A esfera midiática

O espaço midiático configura-se como um campo social, na acepção apresentada por Pierre Bourdieu (1997), pois compreendemos que a mídia, apesar de se ocupar dos discursos emanados de outros campos sociais, impregna o discurso midiático com as suas próprias visões de mundo. Nesse sentido, Heberlê (2006) considera que a mídia não se reduz a um campo de passagem, podendo ser considerada como um espaço instituidor de sentidos, já que ao operar com os significados também trabalha com os seus.

Nesse contexto, a mídia desempenha importante papel de mediadora das relações sociais, principalmente por se ocupar e apresentar nas suas produções o discurso de outras esferas da atividade humana que não a sua. É nesse sentido que se pode dizer que estão cada vez mais escassos os ambientes fora da mídia, o que não significa que a esfera midiática tenha dominado ou subsumido os demais campos.

(...) a presença da mídia no cotidiano já é praticamente imperceptível, já faz parte da ambiência cotidiana. O êxito da sua performance está assentado não apenas na possibilidade de mediar, de estabelecer contatos, apresentar os discursos e reabastecerem-se neles mesmos, mas de realizar isso cada vez mais naturalmente (Heberlê, 2006, p.43).

Nessa mesma direção, Adriano Rodrigues (2001) observa que a esfera da comunicação pode ser considerada como um campo que perpassa os demais campos, estabelecendo diferentes mediações. Essa mediação, entretanto, não é realizada aleatoriamente, eis que a esfera midiática institui uma ordem axiológica própria, a dos valores de mediação entre os campos sociais, preenchendo os discursos de sentidos, impondo suas visões de mundo.



Esse poder de revestir os discursos com suas posições e a pressão que exerce sobre os outros campos, num primeiro momento, parecem ser uma imposição dos *mass media*. E o são, mas não significa que seja um poder arbitrário. Afinal, o campo midiático somente tem tal capacidade a partir da legitimação conferida pelos outros campos sociais. Afinal, não existe poder simbólico sem que haja um reconhecimento, a validação por outrem. Assim, o campo midiático tem uma legitimidade

(...) delegada dos restantes campos sociais e que, por conseguinte, está estruturado e funciona segundo os princípios da estratégia de composição dos objetivos e dos interesses dos diferentes campos, quer essa composição prossiga modalidades de cooperação, visando nomeadamente o reforço da força da sua legitimidade, quer prossiga modalidades conflituais, de exacerbação das divergências e dos antagonismos (Rodrigues, 1997, p.152).

Dessa forma podemos falar que a legitimidade do campo midiático é de natureza vicária, ou seja, supre uma das funções que, *a priori*, poderia ser exercida pelos atores dos próprios campos sociais, qual seja a sua função expressiva junto ao espaço público. Ao delegar às mídias função de mediadora dos assuntos na esfera pública, os campos sociais concedem e reconhecem a legitimidade dos *mass media* como uma instituição de mediação.

Para dar conta da composição dos objetivos e interesses divergentes desse poder delegado, a mídia se fundamenta como um campo “em que as funções expressivas predominam sobre as funções pragmáticas. É o campo em que o dizer prevalece sobre o fazer; a importância destas funções faz com que o discurso assumna na modernidade uma posição central na estruturação do tecido social” (Rodrigues, 1997, p.158). É assim que a mídia, detentora de um poder simbólico, busca instaurar valores nessa mediação (preencher os discursos com as suas próprias posições avaliativas).

Mesmo detentora de peculiaridades que a distinguem de outras, a esfera também se apoia em valores simbólico para instituir sentido aos seus discursos. O seu principal produto é a notícia, isto é, os fatos que pela ótica dos jornalistas tenham apelo jornalístico (atendam às lógicas do jornalismo). Mas esse produto, para ser apresentado no espaço público, precisa obrigatoriamente ser construído discursivamente, tendo como referência o “real”. Afinal, a notícia que se baseia em dados que não tenham ocorrido não é notícia. Trata-se ou de fraude, uma falsificação, ou de um texto



pertencente aos gêneros midiáticos voltados ao entretenimento. Ou seja, os aspectos da realidade têm relação direta com as notícias³.

Tanto, que já serviu de base para a concepção de uma teoria (dos espelhos), que tentava explicar a gênese das notícias como sendo um reflexo da realidade. Felipe Pena (2005) refuta essa concepção e usa a própria metáfora para tal. O reflexo da imagem no espelho pode ocorrer em diferentes fenômenos óticos e não só a reflexão regular, além, é claro, de haver espelhos planos e esféricos, estes últimos divididos em côncavos e convexos, que produzem uma imagem distorcida do que é refletido. Outro argumento de Pena é de que a linguagem neutra é impossível, pois não há como transmitir o significado (sem mediação) dos acontecimentos:

(...) as notícias ajudam a construir a própria realidade, o que inviabiliza a existência de um simples reflexo do real. Na verdade, os próprios jornalistas estruturam representações do que supõem ser a realidade no interior de suas rotinas produtivas e dos limites dos próprios veículos de informação (Pena, 2005, p.128).

O entendimento de Pena sobre as notícias é partilhado por outros tantos pesquisadores da comunicação, como Rodrigues, Heberlê, entre outros. Mas nem sempre foi assim. A teoria dos espelhos (não há alusão a um autor específico desse conceito) já foi muito defendida pelos comunicadores, e ainda o é, principalmente por aqueles ligados à produção das notícias. Podemos dizer, então, que o jornalismo se ocupa de acontecimentos. Isso não significa que as notícias, ao serem apresentadas na mídia, tenham atributo de verdade, correspondam à realidade. Entendemos, sim, que há uma construção discursiva de um fato, uma versão da realidade, a partir de escolhas feitas pelo enunciador-jornalista.

3. Um olhar dialógico sobre a capa de Zero Hora

A esfera jornalística é um espaço privilegiado de instituição e produção de sentidos, a partir de uma cena discursiva construída pelas notícias⁴ publicadas. Para tanto, os profissionais da área lançam mão de estratégias discursivas (eleição de um gênero, seleção lexical, imagens, espaço físico ocupado, seleção de entrevistados, distribuição na página etc.) que, querendo ou não, manifestam suas escolhas,

³ O conceito de notícia pode variar. Estamos tratando aqui da notícia como o produto da esfera jornalística. Notícia também pode ser um dos gêneros discursivos da esfera jornalística.

⁴ Notícia pode suscitar diferentes compreensões, como, por exemplo, um produto da esfera jornalística que apresenta uma versão especializada dos acontecimentos (concepção que usamos neste trabalho), um dos gêneros informativos do jornalismo ou ainda um serviço público em sociedades democráticas.



preferências e posicionamentos diante de fatos do cotidiano. São essas estratégias, ou melhor dizendo, a cena performática e os efeitos de sentido produzidos por elas que serão considerados neste trabalho.

Assim, baseados nas reflexões teóricas expostas, passamos agora a observar a capa do jornal Zero Hora, da edição dominical de 3 de abril de 2011. O objeto de nossas reflexões teórico-analíticas foi escolhido por trazer com destaque uma notícia (ou a chamada de capa dela) sobre os movimentos sociais de esquerda, os quais chamam a atenção no Brasil, e especificamente no Rio Grande do Sul, pelo tensionamento existentes com diferentes campos sociais.

Os grupos que defendem a bandeira da reforma agrária, ao se manifestarem, via de regra, provocam um acirramento das posições, principalmente com grupos que focam um sistema de produção rural empresarial. Esta tensão parece ser potencializada quando um grupo de comunicação, detentor de jornais, rádios e televisão, se posiciona contrário às ações de grupos políticos de esquerda, como é o caso do Grupo RBS, detentor do jornal Zero Hora, em relação ao MST.

Desse modo, a capa do jornal Zero Hora (RS) de 3 de abril de 2011 chamou atenção e é apresentada aqui como objeto de reflexões teórico-analíticas. Consideramos que a cena performática construída nos jornais e os efeitos provocados por ela assumem nova e maior dimensão quando se trata dos enunciados da capa do jornal, muitas vezes única página lida pelos leitores, seja por falta de tempo ou falta de hábito para uma leitura mais detalhada, seja pelo custo do exemplar de jornal impresso. Assim, as construções discursivas desse espaço e os múltiplos entendimentos que delas podem emergir merecem atenção especial dos analistas do discurso.

Por questões metodológicas, a análise da capa está organizada em dois grupos interdependentes. O primeiro deles apresenta uma reflexão acerca dos recursos verbais eleitos. O segundo grupo analisa os recursos visuais utilizados (como cor, espaço e elementos gráficos). A categoria analítica que trata dos recursos verbais (o primeiro grupo) foi desdobrada em dois tópicos: (a) designações utilizadas para a chamada sobre o MST e (b) elementos verbais utilizados em outras chamadas, que, por constituírem o mesmo projeto gráfico, mantêm uma interlocução, desencadeando efeitos de sentido.

Capa – Edição de 3 de abril de 2011

A fim de analisarmos a capa em foco, no que tange a seus elementos verbais e visuais, consideramos necessário uma breve introdução da sua apresentação. A primeira

página da edição de 3 de abril de 2011 de Zero Hora tem como principal destaque a chamada para a reportagem sobre o MST. No total, o espaço destinado ocupa 20,5 centímetros de largura por 14 centímetros de altura. Vale destacar o tamanho da letra do título da chamada, que por estar em caixa alta (letras maiúsculas) chama tanto a atenção quanto a manchete da edição (“Como estão 18 obras a 1.161 dias da Copa”).

A capa traz ainda uma coluna vertical na parte lateral direita com duas chamadas referentes a outras notícias. O cabeçalho do jornal, na parte superior da página no sentido horizontal, carrega o nome do periódico e, logo abaixo, as chamadas e as respectivas ilustrações dos cadernos especiais que compõem a edição dominical. Na parte inferior da página, no sentido horizontal, há outra chamada e um pequeno anúncio.



A capa e os recursos verbais

A partir dos elementos verbais eleitos para a capa da edição de 3 de abril de 2011, podemos observar posições empreendidas pelo jornal. Para tanto, a partir de algumas marcas linguísticas, observamos aspectos relativos (a) às designações utilizadas para a chamada sobre o MST e (b) os recursos verbais utilizados em outras chamadas. Para esse último item, selecionamos chamadas que figuram no espaço dedicado a notícias que, apesar de não tratarem do MST, consideramos que mantêm relações dialógicas com o tema do trabalho.

(a) Designações utilizadas na chamada do MST: efeitos de sentido em circulação

Em relação às designações eleitas para a chamada de capa do MST podemos observar a emergência de algumas palavras que nos remetem a acentos de valor. O título (“Por que o MST encolheu”) inicia com “por que”, no sentido de “por qual motivo”. Consideramos, então, que o jornal está apresentando, segundo sua avaliação, os motivos pelo qual o MST “encolheu”. A afirmação contundente deixa transparecer os efeitos de veracidade que o jornalismo busca construir a partir da cena performática da primeira página de jornal.

A escolha do verbo encolher (*encolheu*) novamente nos remete a posições axiológicas do jornal, pois a palavra tanto pode ser entendida no sentido de recuo, de recolhimento, como também deixa passar a ideia de “mostrar-se tímido”, “humilhado” ou “rebaixado”. Nessa direção, podemos pensar que houve um encolhimento do MST frente à autoridade, sentido que parece ser ratificado na linha de apoio “Crescimento do país, alternativas de renda e decisões judiciais encolhem contingente de sem-terra acampados”.

É interessante destacar ainda que o título principal (“Por que o MST encolheu”) faz alusão à perda de força do movimento social. No entanto, na linha de apoio está anunciado que a “retração” refere-se ao número de pessoas nos acampamentos e não, necessariamente, a perda de persuasão ou influência do movimento social que tem como objetivo maior a reforma agrária.

(b) Recursos verbais em outras chamadas: relações dialógicas desencadeadas

Por considerarmos que a capa de jornal forma um conjunto discursivo, apresentamos aqui algumas considerações acerca de efeitos de sentido que podem ser vislumbrados a partir de relações dialógicas estabelecidas com outras chamadas da capa, as quais, num primeiro olhar, não têm relação com o MST, mas, observadas mais atentamente, produzem novos sentidos.

É o caso da chamada para o caderno dominical Dinheiro, que tem como título a frase “O otimismo do rei da carne” e linha de apoio “Líder do grupo JBS, Joesley Batista, vê chances onde outros veem problemas”. Isoladamente, tal notícia parece ser apenas o registro da trajetória de sucesso de um empresário do agronegócio. Entretanto, ao ser apresentada ao lado da chamada em que é “apontado” o enfraquecimento do movimento dos trabalhadores sem-terra, a informação nos remete a compreensão de que, se por um lado, os pequenos agricultores estão desmobilizados, por outro, a produção agropecuária com cunho empresarial vai bem, muito obrigado.

A capa e os recursos visuais

Considerando a indissociável relação entre o verbal e o não-verbal, apresentamos nessa parte do trabalho as reflexões sobre efeitos de sentido que emergem da análise dos recursos visuais que Zero Hora traz à cena da primeira página do jornal. Logo, sem desconsiderar essa complexa relação, trazemos alguns aspectos da capa, que tem como destaque a fotografia que ilustra a chamada sobre o MST.

A saliência da imagem ocorre tanto pelo espaço que ocupa quanto pelo conteúdo apresentado. Com dimensões de 20,5 centímetros de largura por 14 centímetros de altura, a fotografia mostra integrantes do Movimento Sem-Terra, no que parece ser uma marcha, com um deles empunhando uma bandeira do MST. Chama a atenção o fato de tais pessoas terem sido fotografadas na contraluz, tendo ficado com rosto e corpo na sombra. Na parte superior da foto aparecem os raios do sol, que ilumina apenas a bandeira do MST, de cor vermelha.

Vale destacar que as cores quentes (variantes do vermelho, amarelo e rosa) foram usadas com parcimônia na capa desta edição. Além da bandeira, há mais dois elementos gráficos em vermelho: uma tarja, na parte superior da página, e o nome de um dos cadernos dominicais. No restante do espaço são usados pequenos recursos gráficos coloridos (em azul, verde e lilás), mas nada que retire a centralidade da bandeira vermelha.

Contribui para isso a falta de luz nos rostos dos sem-terra, que, ao aparecerem na sombra, remetem à imagem de pessoas na clandestinidade, de grupos transgressores. O recurso de filmar ou fotografar pessoas na contraluz é prática comum nos veículos de comunicação, mas, via de regra, para apresentar menores de idade, vítimas de abusos, viciados, autores de denúncia ou transgressores da lei que se prestam a dar seus depoimentos. Este não parece ser o caso dos integrantes do MST, que, ao que parece estavam numa caminha à luz do dia. Ressaltamos que, independentemente de tal recurso ter sido utilizado por uma questão estética (o fotógrafo pode ter optado por lançar mão de tal recurso apenas para aproveitar o dia ensolarado e o céu azul sem nuvens), ao ser apresentado na capa com tal título é decisivo para a construção de uma cena performática que suscita o sentido de derrocada do Movimento dos Sem-Terra.



4. Conclusão

As empresas de comunicação, de um modo geral, ainda hoje propagam em campanhas publicitárias o *status* de verdade, transparência e objetividade das informações apresentadas nos noticiários de seus veículos. A construção da cena discursiva das páginas dos diários impressos atende a esses requisitos, os quais, sabemos, são determinantes para o sucesso comercial e financeiro e, conseqüentemente, a sustentação do negócio jornal.

O jornal Zero Hora não foge à regra. Ao contrário. Busca ainda, por meio da extensa variedade de recursos verbais e visuais, produzir impacto ante sua audiência. É assim que observamos a capa da edição dominical do dia de 3 de abril de 2011, a qual não deixa de ressoar pistas da elaborada atividade jornalística.

A partir da análise da construção do título da chamada, com o uso do *por que* e do verbo *encolheu*, em conjunto com a chamada secundária sobre *O otimismo do rei da carne*, temos a percepção de que as notícias destacadas na edição dominical em análise apresentam questões subjacentes à mera arte de *informar fatos*, eis que orientam para uma leitura depreciativa da luta do MST e uma valorização da produção pecuária sob viés empresarial.

A combinação dos inúmeros recursos visuais eleitos para a produção da capa de Zero Hora contribui para a produção de uma cena performática, a qual segue a mesma orientação avaliativa dos elementos linguísticos. Significa dizer que a escolha da foto com a bandeira do MST ao centro e os integrantes do Movimento à sombra, assim como o tamanho da fotografia e a eleição de cores frias para as outras chamadas, ratifica o direcionamento avaliativo dos enunciados que circulam na página.

A produção de efeitos, observada a partir de tais escolhas, nos remetem ao dizer de M. Bakhtin de que a linguagem não é neutra, mas repleta de relações dialógicas que se instauram a cada nova situação, estabelecendo sempre novos, complexos e dinâmicos sentidos.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal** (1952/1953). 4.ed. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAKHTIN, M./VOLOCHINOV, V.N. **Marxismo e Filosofia da Linguagem** (1929). 9.ed. São Paulo: Hucitec, 1999.



BARROS, D. **Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso**. In: BRAIT, B. (org) **Bakhtin – dialogismo e construção de sentido**. 2.ed. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2005

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHAUÍ, M. **Simulacro e poder – uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo – Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DI FANTI, M. G. **Discurso, Trabalho & Dialogismo: a atividade jurídica e o conflito trabalhador / patrão**. São Paulo: PUC-SP, 2004. Tese (doutorado), Programa de Estudos Pós-Graduados em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem (Lael), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.

FARACO, C. A. **Linguagem & Diálogo – as idéias lingüísticas do Círculo de Bakhtin**. 2.ed. Curitiba: Criar Edições, 2006.

GRUPO RBS. **Guia de Ética e Responsabilidade Social da RBS/Rede Brasil Sul**. Porto Alegre: RBS Publicações, 2004.

HEBERLÊ, A. L. O. **Significações: os sentidos da ciência no mundo da mídia**. Pelotas: Educat/Embrapa, 2006.

LAGE, N. **Ideologia e Técnica da Notícia**. 3.ed. Florianópolis: Insular, 2001.

PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

RODRIGUES, A.D. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo Volume I: Porque as notícias são como são**. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005-a.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005-b.



Anexo 1

