

PARECE MAS NÃO É:
Considerações sobre o efeito de verdade
no gênero editorial

Luís Rodolfo Cabral*

Índice

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Sobre acontecimento jornalístico e verdade | 2 |
| 2 | O caso do editorial: quando opinião parece verdade | 11 |
| | Considerações Finais | 18 |
| | Referências | 19 |

Resumo

No discurso jornalístico, como em qualquer atividade que envolve linguagem, há uma vontade de verdade que conduz o dizer (Foucault, 1969, 1971). Para garantir o efeito de verdade do dito, o enunciador-jornalista lança mão de estratégias discursivas de um “universo logicamente estabilizado” (Pêcheux, 1983; Charaudeau, 2005); entretanto, no caso do gênero editorial, por ser opinativo por excelência (Alves Filho, 2008; Seixas, 2009), são outras estratégias que garantem esse efeito do dizer verdadeiro. Para investigarmos como se produz tal discursividade, analisamos editoriais publicados entre os dias 2 e 5 de setembro de 2010, no jornal *O Estado do Maranhão*, sob o prisma de categorias da Análise de Discurso dita de tradição francesa. Apesar de cientes das

*Instituto Federal do Maranhão Campus Santa Inês - Faculdade Santa Fé.

influências que o campo midiático sofre de outros campos, não abordaremos este aspecto em nosso trabalho, cujo foco é a força argumentativa para garantir a verossimilhança em um gênero movido pela opinião. Ressaltamos que, se desconsideramos as fundações do dispositivo enunciativo do qual tomamos os editoriais, é porque consideramos que mais importante do que discorrer sobre a instância midiática, é revelar aspectos do gênero que ela produz – ainda que uma coisa implique a outra, nosso estudo se centra nas operações argumentativas identificadas nos editoriais analisados.

Palavras-chave: Discurso jornalístico, Editorial, Opinião, Efeito de verdade.

Abstract

In journalistic discourse, as in other activities that involve the practice of language, there is a desire of truth (Foucault, 1969, 1971). To ensure the truth effect, the enunciator makes use of discursive strategies from a "logically stabilized universe" (Pêcheux, 1983; Charaudeau, 2005); however, in the case of the opinion-editorial (Alves Filho, 2008; Seixas, 2009), other strategies are to ensure the effect of truth. To investigate how such discourse is produced, it is analyzed opinion-editorials the newspaper *O Estado do Maranhão*, published from September 2nd to 5th, 2010. Although we are aware of the influences that the media field suffers from other fields, this aspect will not be treated in this paper, which focuses on the argumentative force to ensure the likelihood of truth in a genre driven by opinion. We emphasize that if we disregard the foundations of expository device from which we take the editorial, it is because we considered more important than to talk about the media instance it is to reveal aspects of the genre that it produces – although one thing implies the other, this study focuses on argumentative operations identified in opinion-editorials analyzed

Key-words: Journalistic discourse, Opinion-editorial, Opinion, Effect of truth.

1 Sobre acontecimento jornalístico e verdade

COM Maingueneau (2010), entendemos que é no interior de um campo que se constitui um discurso, e que é na constituição deste es-

paço que se pode descrevê-lo em termos de operações regulares das formações discursivas que o compõem. É assim que podemos tomar a mídia como campo, e que podemos tentar compreender a ordem das práticas do discurso jornalístico que o atravessa. Isso significa compreender a palavra *ordem* em dois sentidos: um bem amplo, que implica a execução de um método do fazer jornalístico; outro mais estrito, como um conjunto de regras coercitivas de controle de produção de conteúdo que os sujeitos enunciadore-jornalistas devem observar para que a sua enunciação seja considerada pela própria instituição midiática uma enunciação jornalística. É deste último que trataremos.

Retomando as reflexões de Pêcheux (1983) sobre o enunciado *on a gagné*¹, Navarro (2010) defende que as discursividades produzidas no campo midiático sejam consideradas como resultado de duas atitudes frente à realidade: a descrição e a interpretação (argumentação). Pode parecer tarefa árdua (impossível?) estabelecer a linha que separa a primeira atividade da segunda, já que, com Koch (1984), aprendemos que toda produção da linguagem é argumentativa por excelência, e que a objetividade é uma postura ideológica. Logo, podemos afirmar que não há descrição sem interpretação; são dois modos de produção da linguagem intrinsecamente ligados, a ponto de, por exemplo, em estudos da Linguística Textual, determinarem-se os tipos textuais não pelo conjunto de categorias que o compõem, mas pela predominância das sequências narrativas que apresentam (Marcuschi, 2008).

Essa proximidade das duas atitudes frente à realidade pode estar relacionada ao nível das estruturas linguísticas – o que não interessa para nossa pesquisa –, mas como “apesar dessa convergência, *essas duas atividades [descrever e interpretar] apelam para diferentes processos de discursivização*” (Charaudeau, 2005, p. 175, grifos nossos), vamos às distinções.

Em se tratando da atitude descritiva, Pêcheux (1983) afirma que são acionados elementos de um universo logicamente estabilizado “construído por um conjunto relativamente simples de argumentos, de predi-

¹O enunciado *on a gagné!* [Ganhamos!], típico das torcidas esportivas, foi veiculado pela imprensa e pronunciado pelo povo francês durante a comemoração da vitória de François Mitterrand nas eleições presidenciais da França em 10 de maio de 1981. A partir do estudo deste enunciado, ao mesmo tempo transparente e opaco, Pêcheux (1983) mostra como a mídia opera transformações no campo da política.

cados, e de relações, que se pode descrever exhaustivamente através de uma série de respostas unívocas a questões factuais” (Pêcheux, 1983, p. 22). Por “estável”, vislumbramos um universo que regula as condições de surgimento de enunciados em sua materialidade linguística, não a-quele da estabilidade relativa que organiza enunciados já produzidos, à maneira de Bakhtin conceber gênero.

Em outras palavras, Pêcheux refere-se às práticas que regem o comportamento discursivo dos dispositivos enunciativos frente aos fatos, determinadas por um conjunto de normas que incidem sobre o fazer jornalístico, como, por exemplo, aparece disposto nos manuais de redação jornalística: a estrutura do *lead*², as suítes³, a impessoalidade ou pessoalidade a depender do gênero, etc.

Esses espaços logicamente estabilizados detêm certa autonomia em relação aos sujeitos, uma vez que “todo enunciado produzido nesses espaços reflete propriedades estruturais independentes de sua enunciação: essas propriedades se inscrevem transparentemente em uma descrição adequada do universo” (1983a, p. 31). Como a transparência dos enunciados produzidos nesses espaços emana da estabilidade lógica mobilizada, talvez seja nesse universo que se encontra a rigidez das línguas de madeira.

Sobre a atitude descritiva, Charaudeau (2005) a considera uma enunciação discursiva operada por um sujeito que relata um fato e, ao mesmo tempo, a partir dele, constrói uma narrativa. No instante em que é relatado, o acontecimento constrói-se notícia, em uma temporalidade quase sempre diferente da real e cronológica, segundo um esquema narrativo intencional no qual poderão ser identificados os projetos de busca dos atores e as consequências de suas ações. A estrutura do *lead*, por exemplo, é indício dessa narrativa construída, pois [...] “a narrativização dos fatos implica a descrição do processo da ação (“o que?”), dos atores implicados (“quem?”), do contexto espaço-temporal no qual a ação de

²“O *lead* é o primeiro parágrafo da notícia em jornalismo impresso; é tipicamente um parágrafo-tópico, que se inicia pela sentença-tópico. [...] O *lead* clássico ordena os elementos da proposição – quem/ o que, fez o que, quando, onde, como, por que/ para que – a partir da notação mais importante, excluindo o verbo” (Lage, 2005, p; 72-5).

³“Continuações ou desdobramentos de eventos da véspera (se um prédio desabou, a apuração das causas ou dos responsáveis pelo desabamento)” (Lage, 2005, p. 140).

se desenrola ou se desenrolou (“onde?” e “quando?”)” (Charaudeau, 2005, p.153).

Conforme o autor, para garantir a autenticidade ou verossimilhança dos fatos que descreve, a instância midiática recorre a recursos semiológicos, também da ordem logicamente estável, como, por exemplo: exibição de provas de que o fato realmente existiu; descrições, comparações, reconstituições, para os casos em que não se puder mostrar o fato diretamente; uso de imagens para fazer ver o que não é visível a olho nu (mapas, maquetes, panoramas, esquemas, etc.). Assim sendo, esses procedimentos semiológicos permitem ao leitor uma sensação que provavelmente não seria possível se a notícia estivesse limitada somente ao uso da palavra, já que se trata de um modo de ler “que não pode ser captado pelo simples exercício dos sentidos, o que provoca a ilusão de estar em contato com um mundo no qual agem forças sobrenaturais cujas intenções não poderia conhecer de outro modo” (Charaudeau, 2005, p. 154).

No que tange à descrição dos fatos pela imprensa, podemos aproximar o pensamento de Charaudeau (2005) e de Pêcheux (1983); ambos concordam que o fato, ao ser construído acontecimento jornalístico, está atrelado a uma cadeia lógica de elementos da narrativa, ou seja, a um espaço discursivo unificado por uma série de evidências lógicas e práticas: “um mesmo objeto X não poder estar ao mesmo tempo em duas localizações diferentes; um mesmo objeto X não poder ter, ao mesmo tempo, propriedade P e propriedade não-P; o mesmo acontecimento A não pode, ao mesmo tempo, acontecer e não acontecer” (Pêcheux, 1983, p. 31-2).

Para Marques, os acontecimentos jornalísticos apresentam características narrativas porque tentam, a todo custo, dominar o devir, o que implica em um acabamento estilístico necessário para transformá-lo em uma história pronta, acabada, sem qualquer sequencializações, e por isso oferece explicações concretas para determinadas proposições (verdadeiras ou falsas) e para determinadas indagações (o que? onde? como? quem? por quê?). “A narração pressupõe, portanto, um começo, um meio e a conclusão, recortando do real o que é necessário para torná-lo suficientemente coerente e pronto a ser assumido como tal” (Marques, 2008, p. 7).

Essa estrutura narrativa, em uma sequência apropriada, também é

um procedimento destinado a comportar o valor de objetividade no discurso jornalístico. Traquina considera a objetividade como orientação que os jornalistas devem seguir para trazer resultados práticos, inclusive para a instituição, pois “[...] a objetividade facilita a standardização do produto [...], poupa energia à organização, [e] as notícias elaboradas passam pela hierarquia do jornal sem grandes alterações” (Traquina, 2005, p. 142).

Todavia, essa objetividade garantida pelos elementos narrativos não funciona sozinha: “[...] essa homogeneidade lógica, que condiciona o logicamente representável como conjunto de proposições suscetíveis de serem verdadeiras ou falsas, é também atravessado por forças de outra ordem” (Pêcheux, 1983, p. 32). Ao lado da postura descritiva, correspondente aos “sistemas logicamente estáveis”, também se configura como prática discursiva a da interpretação dos acontecimentos.

Não é possível informar se não se pode, ao mesmo tempo, dar garantias da veracidade da informação transmitida. O descrever está estreitamente ligado ao interpretar, para produzir o que Charaudeau (2005) chama de “acontecimento comentado”, que impõe uma visão de mundo de ordem diferente daquela da descrição: o comentário pode revelar as causas, os motivos e as consequências do acontecimento. Assim, ao expormos as características da descrição e da interpretação enquanto modos discursivos desenvolvidos pela mídia, não podemos opor essas duas atividades discursivas de maneira radical, pois, “apesar de se distinguirem quanto à finalidade, estão intrinsecamente ligadas no uso comunicativo [...] um determinado relato, sob a forma de uma historieta, poderá ter um valor argumentativo, e um determinado desenvolvimento argumentativo, poderá tomar forma de um relato” (Charaudeau, 2005, p. 176).

Charaudeau (2005) explica que, para que se caracterize algo como discurso jornalístico, o sujeito enunciador jornalista deve não só descrever o acontecimento, mas também desenvolver um propósito em três pontos: problematização das proposições a respeito do mundo a fim de que produza argumentos, em favor ou contra; elucidação das razões que fizeram surgir os fatos, fornecendo suas circunstâncias e suas implicações; e, avaliação, porque não há comentário sem que se expresse um ponto de vista.

Como vemos, a descrição e interpretação são duas posturas dife-

rentes, mas congruentes que devem ser tomadas pelo sujeito enunciator jornalista no tratamento dos fatos. O fato passa por um processo até tornar-se acontecimento jornalístico; assim é que podemos entender que as significações no discurso jornalístico, apesar da aparente transparência, são determinadas a partir de práticas discursivas.

Como a informação veiculada pelo dispositivo discursivo deve atender a categorias dos valores-notícias (Wolf, 2005), podemos afirmar que os processos enunciativos do discurso jornalístico impõem condições de produção da noticiabilidade para produzir sentidos e representações na confecção do produto midiático, em um dispositivo pelo qual o fato, submetido às ordens do discurso, se transforma num acontecimento jornalístico. “Há a ‘cena primária [...] sobre a qual a enunciação jornalística põe-se em marcha para resgatá-la segundo suas crenças e as disposições de seu funcionamento” (Fausto Neto, 2005, p. 12).

Os dispositivos discursivos têm o propósito de legitimar uma opinião sobre os fatos, uma vontade de verdade (Foucault, 1969, 1971), que pode coincidir com os interesses próprios e também com o de outros campos dos quais sofre influência. Logo, é de se esperar que cada dispositivo construa o fato de uma forma diferente. Como o tratamento da realidade objetiva pode ser diferente a depender das forças que coagem a instância midiática, podemos dizer que o acontecimento jornalístico não se confunde com o fato ocorrido na vida real; este difere daquele por acontecer em tempo distinto, e por se tratar do resultado de um processo enunciativo determinado por forças regulatórias e coercitivas de ordens distintas que determinaram, por exemplo, a abordagem, a reflexão, a problematização, a interpretação dos fatos, dentre outros. O fato, tal como o recebemos enquanto produto midiático, é uma construção.

Essa construção é um procedimento que pode ser entendido na medida em que se converte um fenômeno do mundo objetivo em acontecimento jornalístico, ou seja, um fato em fenômeno social. Talvez, por tratar-se de um processo que envolve a natureza primeira dos objetos (ou seja, a objetividade), cria-se a ilusão de que a transparência possa ser mantida, como se o dito pela instância jornalística fosse reflexo que resguardasse todos os aspectos objetivos da realidade, tal e qual ela se apresenta (Charaudeau, 2005; Marques, 2008; Navarro, 2010). “No ritual de passagem do fato para o acontecimento, a verdade absoluta de-

fendida pelo fato é recortada pelo jornalista que intervém na relação interlocutiva sugerindo-lhe uma versão, conforme o tipo de interpretação que pretende desenvolver”. (Marques, 2008, p. 5).

Conceber a mídia como instância da descrição da realidade, em teoria do jornalismo, significa entendê-la como espelho do real, que apresentasse um reflexo claro e objetivo dos acontecimentos do cotidiano. Para Pena (2005), é como se a teoria do espelho no jornalismo se baseasse nos fenômenos óticos simples da física: por exemplo, compara-se ao fenômeno da refração – feixe de raios que incide sobre uma superfície e se propaga, como luz incidindo sobre água de uma piscina –, pois a realidade se propaga pelas páginas de um jornal.

A analogia estabelecida por Pena (2005) nos remete a Charaudeau (2005), que, ao explicar a relação entre informação e mundo real, também relaciona linguagem a espelhos – os deformantes [“daqueles que se encontram nos parques de diversão” (p.20)] – que mostram um fragmento amplificado, porém simplificado, do mundo. A informação, dessa forma, corresponderia ao reflexo distorcido daquilo que representa.

Apesar de o autor ressaltar a baixa fidelidade do reflexo criado pelo espelho, não consideramos de todo adequado afirmar ser o produto midiático um reflexo deformado da realidade. Com Pena, entendemos que “a simples argumentação de que a linguagem neutra é impossível já bastaria para refutar a teoria do espelho”. (Pena, 2005, p. 128).

Em um estudo cujo foco não é apenas a estrutura da língua, mas a linguagem em funcionamento, língua e objetos do mundo não estão em relação de referência (“reflexo”, “representação”), mas de processo de construção de um modo de dizer, cujo resultado é a construção de uma realidade que não corresponde à realidade objetiva, como se determinada por um espaço logicamente estabilizado, exterior ao dito; mas à uma realidade que na e pela linguagem se concretiza. É também pela linguagem que a produção midiática “transforma” acontecimento do mundo real em acontecimento jornalístico (Charaudeau, 2005). O acontecimento do mundo real, por se encontrar no âmbito do “mundo a comentar”, está em potencial processo de transformação, e, por isso, não pode ser transmitido em estado bruto, está a depender de uma determinada significação. O autor compreende, assim, que no mundo surgem acontecimentos a toda hora, e que, devido ao processo mobilizado por

um sujeito enunciador, esses acontecimentos ganham existência como acontecimentos discursivos.

Nesse sentido, o produto midiático deve ser encarado como um resultado de processo de interação social, “onde a natureza da realidade é uma das condições, mas só uma, que ajuda a moldar as notícias” (Traquina, 2005, p. 204). Percebemos, então que, resguardadas as diferenças terminológicas, os diferentes autores mobilizados estão em consenso de que o discurso jornalístico retira da realidade a matéria-prima, e a reescreve através de regras da própria ordem que o regula.

Esse efeito de coerência e unidade do sentido do produto midiático é construído por agenciamentos discursivos dos enunciados. Segundo Foucault, o discurso se organiza por um princípio de exclusão, impulsionado pelo exterior, em uma forma de interdição, que domina os acontecimentos de uma possível ocorrência aleatória: “sabe-se que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (Foucault, 1971, p. 9).

O discurso, como conjunto de enunciados que dependem da mesma formação discursiva e que se inscreve em um dado campo, não fugiria dessa força regulatória. Como uma forma de restrição de um campo, a interdição está relacionada àquilo que determina o que se pode falar, e a partir de que lugar: se, de um lado, o discurso se constitui a partir do que pode e do que deve ser dito; de outro, ele também engendra meios para excluir. É própria a um período particular, e possui função normativa e reguladora, colocando em funcionamento mecanismos de organização do real por meio da produção de saberes, de estratégias e de práticas vigentes em determinadas épocas (Revel, 2005).

No caso do discurso do jornalismo, há um conjunto de regras coercitivas de controle de produção de conteúdo que os sujeitos enunciadore-jornalistas devem observar para que a sua enunciação seja considerada pela própria instituição midiática uma enunciação jornalística. O procedimento de interdição pode ser entendido como o conjunto das normas da política editorial adotada pelos veículos de comunicação, que determinam padrões a serem seguidos na confecção do produto midiático. “Essa prática impõe ao fazer jornalístico certa configuração na produção e na veiculação da notícia, que abrange desde a seleção, passa pela forma de organização e chega à sua forma de apresentação.

Essa configuração indica, nesse sentido, uma hierarquia, na seleção, organização e apresentação” da notícia (Navarro, 2010, p. 83).

Pela força regulatória da interdição, o discurso jornalístico é regido por um conjunto de normas que determina todo o processo de construção do produto midiático jornalístico, desde a seleção até a veiculação. Dessa força, apoia-se também a vontade de verdade, que é reforçada e reconduzida por um todo conjunto de práticas que a rege, pois a imprensa é um espaço de constituição em que o sujeito que nela fala é, ao mesmo tempo, aquele que pode dizer a verdade sobre os fatos – pelo saber que detém sobre eles – e aquele que pode produzir os fatos na sua verdade e submetê-los à realidade – pelo poder que exerce na sociedade.

No discurso jornalístico, a vontade de verdade se instaura na incessante busca de garantir credibilidade, o que faz com que se recorra a técnicas padronizadas. O produto midiático não remete a uma realidade extralinguística, mas às noções de significar o verdadeiro ou a de significar o falso, inscritas no domínio linguístico, isto é, deve produzir um valor de verdade ou de falso por meio do discurso (Pêcheux, 1983).

É nesse sentido que Charaudeau (2005) alerta para a diferença entre “efeito de verdade” e “valor de verdade”: o primeiro liga-se a condições que fazem “acreditar ser verdadeiro”, surge da subjetividade do sujeito em sua relação com o mundo, criando uma adesão ao que pode ser julgado verdadeiro pelo fato de que é compartilhável; o outro, por sua vez, realiza-se por uma construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem. Assim, “o que está em causa aqui não é tanto a busca de uma verdade em si, mas a busca de *credibilidade*, isto é, aquilo que determina o direito à palavra [...] e as condições de validade da palavra emitida” (Charaudeau, 2005, p. 49).

Em termos práticos, podemos entender essa busca de credibilidade pelo dizer, nos casos em que no texto jornalístico aparece como fonte testemunhal um “personagem da notícia”. A voz de um sujeito que não pertence à instância jornalística, ao ser levada para o universo discursivo daquele campo, cria efeito de testemunho ao dito, lhe garantindo o efeito de verdadeiro. Nesse procedimento, o sujeito enunciador, “ao fixar a voz do outro, constrói o território da sua própria voz como o lu-

gar da busca da verdade. Em outros termos, dois corpos se desenham em gestos de aliança ou de confronto” (Corrêa, 2002, p. 92).

Temos, então, mais uma amostra do entrecruzamento entre as línguas de madeira e as línguas de vento⁴. No caso da confecção do produto midiático, podemos afirmar que as línguas de vento (a da mídia) encontram, na rigidez das línguas de madeira (aquelas regidas por um sistema logicamente estabilizado), o abrigo para resguardar o efeito de verdade, e se sustentam como legítimas. O discurso jornalístico cria uma ilusão de unidade em um recurso discursivo com efeito de transparência, mas o que ele oferece não é a realidade, são construções que permitem aos sujeitos produzir formas simbólicas de representação da relação com a realidade objetiva.

Mesmo sendo leve e transparente como o vento, o discurso jornalístico, ao mobilizar elementos de espaços logicamente estabilizados (Pêcheux, 1983), se reveste da rigidez do efeito de verdade. Os leitores podem até questionar o tratamento da notícia (a apuração, a tessitura do texto etc.), mas, por estar envolto por uma série de evidências lógicas e práticas que permitem explicações concretas, que situam racionalmente os fatos do mundo real e objetivo, e que, por conseguinte, provam a veracidade do dito, o discurso jornalístico assume características de um dizer verdadeiro.

2 O caso do editorial: quando opinião parece verdade

Maingueneau (1998) propõe que os gêneros de discurso sejam tomados de acordo com a invariante de lugar institucional. “Se tomamos por invariante o hospital, podemos listar os múltiplos gêneros de discursos escritos ou orais que ali são praticados: a consulta, o laudo médicos, as reuniões, as sessões de radiografia etc.” (p. 62). É com essa visão que iremos conceber o editorial, como gênero filiado a um lugar institucional midiático, a um dispositivo enunciativo.

No bojo da concepção de Maingueneau, encontra-se o princípio de dialogismo de Bakhtin, para quem os gêneros são resultado da relação entre o homem e a sociedade, que constroem padrões sociocomunicativos definidos por propriedades funcionais, estilo e composição, determinados de acordo com o campo em que irão circular. Essas pro-

⁴Terminologia usada em Courtine (1981, 2006); e em Gadet & Pêcheux (2004).

priedades representam as características predominantes dos gêneros, o que possibilita reproduzi-los, pois, segundo Bakhtin “se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível” (Bakhtin, 1992, p.302).

Os gêneros do domínio discursivo jornalístico podem ser organizados, segundo Beltrão (1980) e Marques de Melo (1984), de acordo com a relação que se estabelece entre instância midiática e público leitor. No caso do editorial, apresenta-se a voz oficial da empresa jornalística⁵.

Partindo dos trabalhos de Marques de Melo e de Beltrão, Seixas (2009) propõe uma classificação dos gêneros jornalísticos em que considera o editorial como gênero opinativo por excelência. Ao investigar os gêneros que circulam no domínio jornalístico, a autora conclui que naqueles considerados opinativos por Marques de Melo (1984), há, em maior ou menor grau, interferência da instituição jornalística. Em gêneros como crônica, artigo, resenha, apesar de o sujeito enunciator jornalista ser livre para produzir os atos de linguagem que desejar, a instituição jornalística condiciona, em certos níveis, as ações do sujeito enunciator jornalista pelo reconhecimento da competência ao veicular tais gêneros.

Nesse sentido, coadunando com Maingueneau (1998) sobre a relação entre gêneros e esferas institucionais, Seixas (2009) estabelece critérios os quais um gênero discursivo jornalístico obrigatoriamente deve atender, quais sejam: a instituição jornalística deve ser o enunciator; e a competência de procedimento de sujeito comunicante é da organização jornalística. Segundo a autora, esses pontos são priorizados porque quando se identifica a instituição jornalística como enunciator, isso implica diretamente uma finalidade institucional.

Em se tratando do gênero editorial, ao contrário dos outros gêneros ditos opinativos, Seixas (2009) afirma haver autoria assumida internamente pela própria empresa e pelo veículo de comunicação onde é publicado. Como não há assinatura, instituição jornalística e enunciator individual coincidem com mais força na realização do ato de comunicar.

⁵Há trabalhos, como o de Alves Filho (2008), que apontam índices de polifonia no gênero editorial. Reconhecemos a importância dessa questão, mas sobre ela não nos debruçaremos.

Assim sendo: “apenas no editorial, enunciador e locutor são a mesma instituição jornalística, não importa o sujeito comunicante, por que, na verdade, este encarna a instituição” (Seixas, 2007: 331).

Caminhando no mesmo sentido de Seixas, Alves Filho (2006), também estabelece diferenças entre o gênero editorial e outros gêneros opinativos. No caso das colunas de opinião assinadas, por exemplo, apesar de estarem relacionadas a uma autoria interna à empresa jornalística, visto que os colunistas, de alguma forma, estão ligados à instância jornalística, a autoria que se manifesta é do tipo sócio-profissional:

[...] o colunista fala em primeira pessoa e em seu próprio nome, mas enquanto um jornalista, portanto em nome de sua classe. Por sua vez, os artigos de opinião comungam com as colunas de opinião a autoria individual-profissional, mas destas diferem pelo caráter externo da autoria: articulistas são, em geral, representantes de prestígio social dos diversos segmentos profissionais dos grupos sociais (Alves Filho, 2006: 83).

No editorial, ao contrário dos outros gêneros ditos opinativos, acontece um fenômeno diferente; trata-se do que Alves Filho chama “autoria institucional”. Como acontece com os gêneros bula de remédio e edital, por exemplo, o gênero editorial possui traços nos quais “a voz que fala e assume a conclusibilidade e a posição axiológica é a voz de uma empresa ou entidade, havendo deliberadamente o apagamento a qualquer referência que aponte para o redator individual produtor dos textos” (Alves Filho, 2006: 81).

No tópico anterior, mostramos que o sujeito enunciador jornalista, ao mobilizar elementos de espaços logicamente estabilizados faz o discurso jornalístico se revestir como um dizer verdadeiro. Esses elementos correspondem a estruturas que compõem sequências linguísticas dos gêneros informativos – o *lead*, por exemplo, é parte da estrutura básica da notícia. No caso do gênero opinativo editorial, são outras as estratégias mobilizadas para legitimar o dizer como verdadeiro.

Vejam as estratégias argumentativas que podem ser utilizadas, a partir de três editoriais, publicados entre os dias 3 e 5 de setembro de 2010 no jornal *O Estado do Maranhão*. Como ao se “montar um conjunto de textos de um mesmo gênero conforme praticados numa

única instituição num mesmo período de tempo, será possível formular um conjunto de tendências ou recorrências bem mais recorrentes e homogêneas” (Alves Filho, 2010: 21), considera-se esta quantidade razoável, dada as limitações de espaço disposto, e dado o nosso objetivo: discorrer sobre as estratégias discursivas para sustentar o efeito de verdade no gênero editorial. Ressalta-se, portanto, a não pretensão de uma análise que partisse do particular para o coletivo, contemplando as estratégias de quaisquer editoriais; trata-se de um trabalho cujo resultado apresenta características do próprio *corpus* delimitado.

Para os fins deste trabalho, o de exemplificarmos como o efeito de verdade é construído em um gênero jornalístico opinativo por excelência, foram extraídos trechos dos editoriais em que encontramos marcas flagrantes desta estratégia enunciativa. Cada trecho foi identificado com letra maiúscula “E” acompanhada por algarismos arábicos em sequência crescente, correspondentes à data de publicação (E2 corresponde ao editorial publicado dia 02/09, e assim por diante). Para facilitarmos a leitura, os trechos dos editoriais serão apresentados a seguir, e os comentários serão feitos mais adiante. Assim sendo:

E2 (a): “Há tempos, artistas, intelectuais, educadores, estudantes, animadores culturais, sindicalistas, membros de associações de bairros, de centros esportivos, de comunidades populares, discutem ideias sobre o que poderia ser feito para converter São Luís em um polo cultural moderno. Polo alicerçado pelas riquezas renomadas de nossas tradições, de nossa história, fecundada pela qualidade superior de nossas criações literárias, folclóricas, e nas artes plásticas” (O Estado do Maranhão, 02/09/2010).

E2 (b): “Os grandes eventos, como festivais, concertos de orquestras sinfônicas e mega-apresentações cênicas, por exemplo, destinados a um público mais numeroso, se realizam na ‘Cidade Nova’” (O Estado do Maranhão, 02/09/2010).

E2 (c): “A ‘Cidade Velha’ ou o Centro Histórico abrigaria as manifestações de menor porte, mais intimistas, como conferências, exposições de arte, concertos de música erudita” (O Estado do Maranhão, 02/09/2010).

E2 (d): “Fala-se igualmente da transformação do Sítio do Rangedor, no Calhau, em Parque da Cidade, nos moldes dos que foram implantados em Brasília e em várias cidades paulistas. O Parque contaria com áreas de lazer, jardim zoológico, espelhos d’água, ciclovias, etc.” (O Estado do Maranhão, 02/09/2010).

E3 (a): “Depois da boa nova de que o município de Capinzal do Norte, a 290 quilômetros de São Luís, repousa sobre uma gigantesca reserva de gás natural, vem agora a revelação, estimulante e revigoradora, de que a reserva é muito maior do que se imaginava. Mais do que isso, há fortes indícios de que na região pode ter petróleo” (O Estado do Maranhão, 03/09/2010).

E3 (b): “Assim, o Maranhão reforça sua condição de integrante do clube de pólos privilegiados de atração de investimentos no Brasil” (O Estado do Maranhão, 03/09/2010).

E3 (c): “Com a revelação, o Maranhão praticamente consolida posição de estado produtor, já que dispõe de condições reais de ser efetivamente impulsionado para o tão aspirado desenvolvimento econômico e social, que é possível observar, já está em curso” (O Estado do Maranhão, 03/09/2010).

E3 (d): “Daí o entusiasmo da governadora Roseana Sarney e do senador e ex-ministro de Minas e Energia Edison Lobão ouviram do empresário Eike Batista, dono da *ebx* e concessionário da área de exploração, a notícia consolidada de que o município de Capinzal do Norte abriga reserva de gás estimada em 15 bilhões de metros cúbicos, equivalente à metade do que a Bolívia, um dos grande produtores mundiais, fornece diariamente ao Brasil” (O Estado do Maranhão, 03/09/2010).

E4: As estatísticas da Secretaria Municipal de Saúde (Semus) revelam a ocorrência de 515 casos de dengue este ano em São Luís, o que corresponde a um aumento de 34% em relação a 2009. Se esse ritmo se mantiver até dezembro, a

tendência é de que o total de registros seja mais que o dobro do exercício anterior (O Estado do Maranhão, 04/09/2010)

E5: “Contratada pela Gráfica Escolar, que edita *O Estado*, a pesquisa feita pelo Escutec não apenas traz um painel completo da corrida pelo Governo do Estado, como mostra que ela está estabilizada com a liderança até aqui consolidada da candidata da coligação “O Maranhão não pode parar”, governadora Roseana Sarney, que pleiteia a reeleição” (O Estado do Maranhão, 05/09/2010).

No primeiro texto analisado, **E2**, a tese defendida pelo enunciador é a de que um acordo firmado entre o *Movimento Nossa São Luís* e o poder público pode trazer mudanças à realidade da capital maranhense, sobretudo à cultura. O tema principal de **E3** é o potencial petrolífero do estado do Maranhão. **E4** trata dos casos de dengue na cidade de São Luís. **E5** discorre sobre as manchetes daquela edição, dando enfoque especial a uma: a corrida eleitoral para o Governo do Estado.

Percebemos que em **E2**, o efeito de verdade se manifesta quando o enunciador baliza a argumentação elencando os diferentes grupos sociais e culturais envolvidos na discussão do acordo, mostrando que se trata de um movimento que nasce e emana dos próprios interessados e possíveis beneficiados com o investimento em políticas públicas voltadas para a cultura [ver **E2 (a)**].

Em **E2 (b)** e **E2 (c)**, o enunciador jornalista reforça o argumento de que o *Movimento Nossa São Luís* trará eventos que beneficiariam toda a população da cidade: uma programação de agenda cultural na capital maranhense com eventos distribuídos por toda a cidade, mantendo a relação porte – público, o que facilitaria a participação de cidadãos tanto da “Cidade Nova”, quanto da “Cidade Velha”.

Por abordar o tema em vistas de um possível benefício para toda a sociedade ludovicense, entendemos que o enunciador, para garantir o efeito de verdade, recorreu à estratégia enunciativa de afirmação de valores comuns.

Foram identificados ainda argumentos por autoridade, os quais, conforme Ducrot (1981) e Breton (1996), são utilizados atos ou julgamentos de uma pessoa ou de um grupo de pessoas em favor de uma tese. Ao se evocar um argumento por autoridade, cria-se um efeito de ver-

dade; de que o dito é incontestável: o que é descrito tem de ser aceito porque quem o fez tem autoridade para fazê-lo. Para Breton (1996), o argumento de autoridade pode ser apresentado de três formas: por competência, por experiência ou por testemunho.

O argumento por autoridade é acionado em **E2 (d)** para reforçar o efeito de verdade de que as mudanças estruturais trazidas por um acordo cultural seriam um ganho para toda a sociedade; o enunciador recorre ao argumento por experiência. Ao comparar a qualidade de projetos similares já realizados em Brasília e no interior de São Paulo, a força do testemunho de ações que, por terem sido bem sucedidas em outras cidades, também podem ser bem sucedidas em São Luís.

Em **E3 (a), (b), (c)**, defende-se a posição de que, com a descoberta da reserva de gás no município de Capinzal do Norte, o Maranhão pode se tornar um atrativo para investimentos. O enunciador reforça essa tese com o argumento por autoridade, cuja força reside na credibilidade do ator social Eike Batista⁶, para dar sustentação à tese de que, com essa descoberta, o estado está prestes a se tornar um potencial produtor do setor petrolífero.

Nesse sentido, a força de verdade reside na credibilidade dos atores sociais mobilizados no argumento de autoridade, pois “diferentemente do valor de verdade, que se baseia na *evidência*, o efeito de verdade baseia-se na *convicção*, e participa de um movimento que se prende a um saber de opinião, a qual só pode ser apreendida empiricamente” (Charaudeau, 2005, p. 49, grifos do autor). A opinião expressa, assim, ganha o valor de um dizer verdadeiro em consequência da aceitação da autoridade ou de já ter sido compartilhado por alguém que tem autoridade representativa para legitimar o dito.

Além disso, em outra passagem de **E3 (d)**, o enunciador utiliza argumento por experiência (Brenton, 1996), ao apresentar a Bolívia como “um dos grandes produtores mundiais”, estabelecendo um parâmetro

⁶Quando da publicação desses editoriais, em setembro de 2010, Eike Batista era considerado um influente empresário, tendo sido eleito pela revista Forbes o oitavo homem mais rico do mundo. Naquele ano, havia faturado 19,5 bilhões de dólares – “dois terços desta fortuna vem da *EBX*, uma companhia de exploração de gás e de óleo fundada em 2007” (Forbes, 2010, original em inglês). Por ser reconhecido como competente empresário do setor de exploração de combustível, mobilizá-lo como argumento de que é um dos possíveis investidores em Capinzal do Norte reforça o efeito de verdade de que se trata de um investimento promissor.

comparativo para realçar a estimada imensidão da reserva encontrada na cidade maranhense em duas vezes maior que a daquele país.

O enunciador também pode recorrer a dados estatísticos para assegurar o efeito de verdade, como o faz em **E4** e em **E5**.

No primeiro caso, ao recorrer ao “universo logicamente estável”, que aponta para a maior incidência de dengue na cidade de São Luís, é reforçado o argumento da pouca eficiência das ações da prefeitura quanto à prevenção e combate à doença. Neste trecho, é importante destacar também que a temporalidade marcada dá abertura para inferirmos uma comparação entre a gestão atual e a gestão anterior.

No segundo caso, em E5, a tese defendida é a de que os dados levantados sobre a intenção de voto pela *Escutec*, instituto maranhense de estatísticas, evidenciam a liderança de Roseana Sarney nas pesquisas. Em ambos os casos, E4 e E5, o enunciador, ao mobilizar dados estatísticos, argumenta por autoridade, o que confere veracidade à informação. O enunciador argumenta, assim, com base no verossímil.

Considerações Finais

O efeito de verdade é tema discutido em diferentes trabalhos. Nossa discussão reflete sobre as estratégias argumentativas das quais os enunciadore-jornalistas lançam mão para garantir o valor de veracidade do acontecimento jornalístico.

Apesar do aparente reduzido número de textos analisados (quatro), percebemos que, no editorial, ao contrário dos outros gêneros do domínio discursivo jornalístico, as estratégias argumentativas para o efeito de verdade são outras. Evocar um argumento por autoridade é criar um efeito de que o que é dito é incontestável; aquilo que foi dito tem de ser aceito porque quem o fez tem autoridade para fazê-lo.

É importante destacar que as práticas do discurso jornalístico são heterogêneas; cada dispositivo enunciativo apresenta peculiaridades, e se constitui mediante diferentes pressões: dos grupos sociais que representa; dos lugares de onde fala; e de onde se situa. Apesar de balizada por técnicas de produção que conduzem o fazer jornalismo, a prática jornalística não é homogênea, nem harmônica, e apresenta especificidades determinadas pelo lugar de circulação. Nesse sentido, a pesquisa que realizamos não deve ser entendida com a pretensão de apontar es-

peculiaridades do gênero editorial em sua completude; a análise apresentada revela regularidades da prática jornalística identificada no material coletado, ou seja, nos editoriais publicados no jornal *O Estado do Maranhão*, entre os dias 2 e 5 de setembro de 2010. Mesmo assim, ressaltamos que, se desconsideramos as fundações do dispositivo enunciativo do qual tomamos os editoriais, é porque consideramos mais importante do que discorrer sobre a instância midiática, revelar aspectos do gênero que ela produz – ainda que uma coisa implique a outra, o foco de nosso estudo é nas operações argumentativas identificadas nos editoriais analisados.

Referências

- Alves Filho, F. (2006). “A autoria institucional nos editoriais de jornais” in: *Alfa*, nº 50, volume 1, p. 77-89. Disponível em: . Acesso em 02 de agosto de 2011.
- _____ (2010). “Sua casinha é meu palácio: por uma concepção dialógica de referenciação”, *Revista Linguagem em (Dis)curso*, volume 10, nº 1, janeiro/abril. Disponível em: tinyurl. Acesso em 05 de agosto de 2011.
- Bakhtin, M. (1992). *Estética da criação verbal*. 4ª edição (nova tradução a partir do russo). São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- Beltrão, L. (1980). *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina – ARI.
- Breton, F. (1996). *A argumentação na comunicação*. Bauru: EDUSC.
- Charaudeau, P. (2005). *Discurso das mídias*. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto.
- Courtine, J. (1981). *Charaudeau Análise do discurso político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: UFSCar.
- _____ (2006) “O professor e o militante: contribuição à história da análise do discurso na França”, in: Courtine, J. *Metamorfoses do discurso político*. Tradutores: Nilton Milanez e Carlos Piovezani Filho. São Carlos: Claraluz, p. 09-28.

- Ducrot, O. (1981). *Provar e dizer: leis lógicas e leis argumentativas*. São Paulo: Global.
- Fausto Neto, A. (2005). “Jornalismo e os limites da representação”, in: Brandão, A. *et al.* (orgs.). *Discursos*. Coleção estudos da linguagem como prática social. Rio de Janeiro: Ilustração Editora, p. 11-30.
- Foucault, M. (1960). *A arqueologia do saber*. 7ª edição. Rio de Janeiro: Forense.
- _____ (1971). *A ordem do discurso*. São Paulo: Brasil.
- Gadet, F. & Pêcheux, M. (2004). *A língua intangível: o discurso na história da linguística*. Tradução de Bethania Mariani e Maria Elizabeth C. de Mello. Campinas: Pontes.
- Koch, I. (1984). *Argumentação e linguagem*. 10ª edição. São Paulo: Cortez.
- Lage, N. (2005). *Teoria e técnica do texto jornalístico*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Maineuneau, D. (1998). *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza e Silva & Décio rocha. 5ª edição. São Paulo: Cortez.
- _____ (2010). “Campo discursivo: a propósito do campo literário”, Tradução Fernanda Mussalim, in: Possenti, S. & Souza-e-Silva, M. (orgs.). *Doze conceitos em análise do discurso*. São Paulo: Parábola Editorial, p. 49-62.
- Marcuschi, L. (2008). *Produção textual, análise de gênero e compressão*. São Paulo: Parábola Editorial.
- Marques de Melo, J. (1986). *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes.
- MArques, F. (2008). “Estruturas do discurso jornalístico”, in: INTERCOM Nordeste, UFMA, *Anais do X Congresso de Ciências da Comunicação da Região Nordeste*. São Luís/MA. Disponível em: [tinyurl](#). Acesso em 17 de setembro de 2011.

- Navarro, P. (2010). “Uma definição da ordem discursiva midiática”, in: Milanez, N. & Gaspar, N. *A (des)ordem do discurso*. São Paulo: Contexto, p.79-94.
- O Estado do Maranhão. (2010). *Edições 1551 a 1555*. 02 a 05 de setembro. São Luís MA.
- Pêcheux, M. (1983). *Discurso: estrutura ou acontecimento*. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes.
- Pena, F. (2005). *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Contexto.
- Pinto, M. (1996). “Contextualizações”, in: Fausto Netto, A. & Pinto, M. (orgs.). *O indivíduo e as mídias: ensaio sobre comunicação, política, arte e sociedade no mundo contemporâneo*. Rio de Janeiro, p.162-175.
- Revel, J. (2005). *Michel Foucault: conceitos essenciais*. Trad. Maria do Rosário Gregolin. São Paulo: Claraluz.
- Seixas, L. (2009). *Redefinindo os gêneros jornalísticos: proposta de novos critérios de classificação*. Covilhã – Portugal: LabCom.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são*. Volume I. 2ª edição. Florianópolis: Insular.