

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CÂMPUS DE TRÊS LAGOAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO *STRICTO SENSU* – MESTRADO EM LETRAS**

VANESSA AMIN

**UM ESTUDO DOS GÊNEROS DISCURSIVOS: O PROCESSO IDENTITÁRIO DE
DOIS JORNAIS IMPRESSOS DE MATO GROSSO DO SUL**

2007

VANESSA AMIN

**UM ESTUDO DOS GÊNEROS DISCURSIVOS: O PROCESSO IDENTITÁRIO DE
DOIS JORNAIS IMPRESSOS DE MATO GROSSO DO SUL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Letras, área de concentração Estudos Lingüísticos, da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – *Campus* de Três Lagoas, como requisito parcial para obtenção de título de Mestre em Letras.

Orientadora: Profª. Dra. Vânia Maria Lescano Guerra

**TRÊS LAGOAS (MS)
Dezembro de 2007**

Àqueles que nesta vida me acolheram e cujos ensinamentos têm me conduzido pelo caminho da humildade, correção e bondade: meus pais.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado a vida e as condições para lutar por meus objetivos.

À coordenação e a todos os professores do programa de Mestrado em Letras da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul pela acolhida, pelos conhecimentos e pela oportunidade de crescimento intelectual.

À minha orientadora, Profa. Dra. Vânia Maria Lescano Guerra, pela solicitude em todas as etapas percorridas desde o ingresso no Mestrado e, principalmente, pelas valiosas explicações durante a pesquisa e escrita da dissertação.

Aos professores Dr. Marlon Leal Rodrigues e Dra. Vitória Spanghero Ferreira, pela leitura cuidadosa do meu texto e pelas valiosas contribuições, por ocasião do exame de qualificação.

Ao professor Dr. Pedro Luis Navarro Barbosa por aceitar o convite para integrar a comissão julgadora dessa dissertação e pelas contribuições relevantes aos estudos da Análise do Discurso, especialmente pelas pesquisas envolvendo discurso e a mídia brasileira.

À minha família com o apoio incondicional às minhas decisões, especialmente, aos meus tios Nilza Abrahão Araujo e João Mendes Araujo que me acolheram carinhosamente em sua casa durante minha estada para as atividades do programa de Mestrado.

Aos motoristas da Viação São Luiz por terem permitido que eu chegasse bem em Três Lagoas e retornasse para Campo Grande nas mesmas condições.

Às amigas Gladis Linhares, Daniela Ota, Márcia Rita Malheiros e Thaisa Bueno pela paciência e disposição de sempre em ouvir minhas aflições e pela troca de conhecimentos.

Aos queridos professores Eron Brum e Jorge Ijuim, pela inspiração no exercício da docência, pelos conselhos e incentivo de sempre.

Aos colegas do programa de Mestrado pelos momentos inesquecíveis: compartilhamos aflições, dúvidas, conselhos, alegrias e tristezas. Guardarei todos em meu coração.

À direção da Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal (UNIDERP) pela compreensão nos momentos de afastamento das minhas funções e à Fundação Manoel de Barros que viabilizou a participação em eventos científicos.

A toda equipe da Assessoria de Comunicação da UNIDERP - Aline, Gladis, Cláudia, Cleidianne, Vânia, Deize, Ana Rita, Wagner e Gildo - pela colaboração.

À coordenação, aos professores e funcionários administrativos do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UNIDERP pelo apoio incansável. Aos meus alunos queridos pelo estímulo para continuar a trilhar o difícil caminho da construção do conhecimento.

Há sempre batalhas discursivas movendo a construção dos sentidos na sociedade. Motivo de disputa, signo de poder, a circulação dos enunciados é controlada de forma a dominar a proliferação dos discursos. Por isso, aquilo que é dito tem de, necessariamente, passar por procedimentos de controle, de interdição, de segregação de conteúdos. Por serem produtores de práticas, social e historicamente determinadas, as maneiras de se utilizarem as possibilidades do discurso são reguladas, regulamentadas: não se pode absolutamente, falar de uma coisa qualquer num lugar e tempo qualquer. Há sempre, que se submeter à ordem do discurso, articulando aquilo que se pode e se deve dizer no momento histórico da produção dos sentidos. (Maria do Rosário Valencise Gregolin, *Discurso e Mídia*, p. 10)

RESUMO

Este trabalho estuda o processo identitário de dois jornais impressos diários de Mato Grosso do Sul – Correio do Estado e O Progresso –, a partir da análise dos gêneros discursivos articulados na cobertura das eleições de 2006 para o cargo de governador de Estado e que envolveram a disputa entre os dois principais candidatos – André Puccineli (PMDB) e Delcídio do Amaral Gomez (PT) –, a fim de refletir sobre o discurso jornalístico e o acontecimento. Em termos do debate científico, este tipo de estudo pretende contribuir para o esclarecimento de conceitos ainda bastante nebulosos, tais como: suporte de textos, tipo textual e comunidade discursiva. A discussão dos conceitos-chave envolve a consideração de disciplinas já tradicionais, como a Comunicação, e um esforço inter e trans-disciplinar, com a Lingüística e a Análise do Discurso francesa. Para realizar a pesquisa foram considerados o método arqueológico e genealógico de Michel Foucault que indicam que a análise deve ir além da materialidade do discurso, buscando no arquivo as regras, práticas, condições de produção e funcionamento, relações de saber-poder por meio do corte horizontal de mecanismos e da leitura horizontal das discursividades. No campo aplicado, os estudos dos gêneros textuais se deparam com a necessidade de se conhecer melhor o modo como as práticas sociais e discursivas dos diversos meios sociais se concretizam em gêneros de textos. Este conhecimento é importante para o campo do ensino de linguagem e do jornalismo, como uma forma de levar os estudantes as práticas de linguagem que, de fato, se realizam socialmente e, especialmente, é também um modo de conhecer as práticas de linguagem de diversos meios sociais.

Palavras-chave: análise do discurso; discurso jornalístico; práticas sociais; gêneros textuais

ABSTRACT

The aim of this paper is to study the process of identity of two daily newspapers of Mato Grosso do Sul – *Correio do Estado* and *O Progresso* – from the analysis of the genres of discourse used during the coverage of the elections for Governor of the State in 2006, which involved the rivalry between two main candidates - André Puccinelli (PMDB) and Delcídio do Amaral Gomez (PT) - , intending to reflect on the media discourse and the event. In relation to the scientific debate, this kind of study intends to contribute to the clarification of some still hazy concepts, such as: textual support, types of texts and discourse community. The discussion of the key-concepts involves considering traditional disciplines, such as Communication, and an inter and transdisciplinary effort with the Linguistics and the French Discourse Analysis. To do this research, we considered the Archaeology and Genealogy of Michel Foucault which indicate that the analysis must exceed the bounds of the materialization of the discourse, searching, in the file, rules, practices, conditions of production and operation, relations of knowledge-power by means of a horizontal cut of mechanisms and of the horizontal reading of discursivities. In the applied field, the studies of text genres come across the need to know better how the social and discursive practices of the various social environments become concrete in text genres. This knowledge is important for the language teaching field as a way of taking the students to language practices that, in fact, are socially realized and it is specially a way of knowing and interfering effectively in the language practices of various social environments.

Key-words: discourse analysis; media discourse, social practices; text genres

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
 I CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO IMPRESSO.....	15
1.1 Surgimento dos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”	16
1.2 Estruturas das empresas jornalísticas	17
1.3 Linha editorial	19
1.4 Eleições em Mato Grosso do Sul	21
1.4.1 Eleições de 2006	23
1.4.2 O Perfil de André Puccinelli	24
1.4.3 O Perfil de Delcídio do Amaral Gomez	25
 II ANÁLISE DO DISCURSO E JORNALISMO	27
2.1 O discurso jornalístico	31
2.2 A problemática dos gêneros	36
2.3 Gêneros do discurso jornalístico impresso	39
 III ARTICULAÇÃO DOS GÊNEROS NO SUPORTE	46
3.1 O caderno A do jornal “Correio do Estado”	47
3.2 O caderno A do jornal “O Progresso”	52
3.3 O caderno B do jornal “Correio do Estado”	58
3.4 O caderno B do jornal “O Progresso”	60
3.5 Os cadernos de classificados	62
3.6 Suplementos oferecidos aos leitores pelo jornal “Correio do Estado”	63
3.7 Suplemento Rural do jornal “O Progresso”	66
3.8 Distribuição de anúncios publicitários	67
3.9 Distribuição dos gêneros nos jornais	69

IV O PROCESSO IDENTITÁRIO DOS JORNAIS E OS GÊNEROS DO DISCURSO.....	72
4.1 Primeira página: os fatos em destaque	75
4.2 Reportagem: além do factual	86
4.3 Charges: entre a opinião e o humor	96
4.4 Coluna: os bastidores dos acontecimentos	104
 CONSIDERAÇÕES FINAIS	 114
 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	 122

INTRODUÇÃO

Os veículos de comunicação, na sociedade atual, entre eles o jornal, representam um importante papel: proporcionar ao seu público o acesso aos fatos, aos acontecimentos. Não são simples meios de transmissão de informações, mas instituições organizadas, nas quais ideologia e poder caminham lado a lado, influenciando o processo de produção de sentidos. Portanto, esta pesquisa vai ao encontro de uma necessidade premente no âmbito do ensino de linguagem, de jornalismo e de formação de professores, uma vez que o estudo dos gêneros jornalísticos é de grande relevância social.

Alicerçado em dois campos de necessidades - teórico e aplicado - em termos do debate científico, este tipo de estudo visa a contribuir para o esclarecimento de conceitos como suporte de textos, tipo textual e comunidade discursiva. A discussão desses conceitos envolve a consideração de disciplinas como a Lingüística e a Análise do Discurso, e um esforço inter e trans-disciplinar, com a Comunicação e o Jornalismo. No campo aplicado, os estudos dos gêneros textuais se deparam com a necessidade de se conhecer melhor o modo como as práticas sociais e discursivas dos diversos meios sociais se concretizam em gêneros de textos. Este conhecimento é especialmente importante para o campo do ensino de linguagem e jornalismo, como uma forma de levar os estudantes a práticas de linguagem que de fato se realizam socialmente e, especialmente, é também um modo de conhecer e contribuir positivamente para as práticas de linguagem de diversos meios sociais.

Soma-se a isso o fato de que são poucos os estudos que descrevem e interpretam um conjunto de gêneros do meio jornalístico. As poucas pesquisas com gêneros do jornal têm voltado seus interesses para a Notícia e o Editorial¹, por causa disso, pouco se sabe, fora do ambiente profissional/prático do jornalismo e em uma perspectiva acadêmica mais rigorosa, sobre a Reportagem, a Coluna, a Caricatura, a Nota², etc., quanto as suas funções sociais e estrutura composicional.

Por meio de pesquisa preliminar em acervos das bibliotecas das instituições de ensino superior de Mato Grosso do Sul, MS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul -

¹ Notícia é definida como o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social e editorial como a expressão da opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento (MELO, 1994).

² Reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística; Coluna é um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência; Caricatura é a representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas e humorísticas, ou forma de expressão artística através do desenho que tem por fim o humor; e Nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração (MELO, 1994).

UFMS, Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal - UNIDERP, Universidade Católica Dom Bosco - UCDB e Faculdade Estácio de Sá - FES), pôde-se verificar que acadêmicos e professores sequer desenvolveram trabalhos de conclusão de curso de graduação ou especialização, dissertações ou teses que tratem de forma específica a questão dos gêneros no jornalismo impresso do estado. Os temas se restringem à linguagem, origem e história da imprensa regional, jornalismo impresso especializado ou abordam um gênero do discurso jornalístico específico.

Em 1999, por exemplo, Ângela Catônio elaborou uma monografia no programa interinstitucional de especialização em Comunicação Social, oferecido por meio de parceria entre a UNIDERP e a Universidade Metodista de São Paulo (UMESP), sobre os jornais impressos semanários. Intitulado *Oração Dominical: a notícia nossa a cada domingo*, o trabalho analisa a produção e distribuição de jornais impressos semanários realizada aos domingos em Campo Grande e as relações estabelecidas entre esses periódicos e a sociedade local.

Outro exemplo é o trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social – Jornalismo da UNIDERP intitulado *40 anos de sátira no jornalismo impresso diário de Campo Grande* elaborado por Evelyn Leite Morales em 2003 que relata a inserção e a evolução da sátira no jornalismo impresso diário da Capital, no período de 1921 a 2002. A jornalista recupera algumas ilustrações entre histórias em quadrinhos, ilustrações publicitárias até chegar à caricatura e charge e discute sua inserção em cinco jornais: “Jornal do Comércio”, “O Matogrossense”, “Diário da Serra”, “Correio do Estado” e “Jornal da Manhã”.

Kárita Cristina Francisco iniciou, em 2005, uma pesquisa sobre o uso do “economês” em matérias das editorias de economia dos jornais “O Estado” e “Correio do Estado”. Os resultados foram reunidos em uma dissertação apresentada no programa de Mestrado Interinstitucional, oferecido pela Universidade de Brasília (UnB) e pela UNIDERP, e mostraram que os jornalistas utilizam muitos termos técnicos, especialmente quando escrevem sobre conteúdos relacionados ao mercado financeiro e isso compromete o entendimento das matérias por parte dos leitores, prejudicando a transmissão de mensagens sobre temas importantes.

Por isso, a presente pesquisa investe em uma inovação científica, ao abordar um conjunto de gêneros, e busca um melhor entendimento dos gêneros do discurso jornalístico impresso em Mato Grosso do Sul.

Tradicionalmente a análise de gêneros tem considerado exemplares individualizados, ou seja, já discretizados e facilmente reconhecíveis no meio social de

origem (tais como o resumo de artigo de pesquisa, a carta de promoção de vendas, a resenha científica). O presente trabalho, por outro lado, propõe uma pesquisa das inter-relações no conjunto de gêneros sócio-historicamente constituído e que integram o jornal, colocando em cena gêneros ainda não claramente estabilizados no meio. O estudo do modo como os gêneros funcionam no jornal também conduz à discussão do papel do suporte de textos.

O objetivo geral desta pesquisa é estudar o processo identitário de dois jornais impressos de Mato Grosso do Sul – “Correio do Estado” e “O Progresso” – por meio dos gêneros do discurso utilizados no suporte e do acontecimento discursivo. Os objetivos específicos são: estudar a construção identitária das duas mídias impressas sul-mato-grossenses; articular as condições de produção do acontecimento discursivo das eleições para o cargo de governador do Estado em 2006; descrever a articulação dos gêneros discursivos dos dois jornais impressos; investigar os aspectos verbais e pesquisar os deslizamentos de sentido dos principais gêneros discursivos que abordaram o acontecimento.

Esta pesquisa será apoiada em pressupostos da análise arqueológica e da genealogia de Michel Foucault. A arqueologia de Foucault analisa os processos de construção do discurso. O método arqueológico realiza um corte horizontal de mecanismos que irão articular acontecimentos discursivos diferentes ao poder. “Na ‘arqueologia’, reencontra-se, ao mesmo tempo, a idéia de *arché*, isto é, do começo, do princípio, da emergência dos objetos de conhecimento, e a idéia de arquivo – o registro desses objetos” (REVEL, 2005, p. 17).

Já o enfoque genealógico ativa “saberes locais, descontínuos, desqualificados” (idem, p.52). Por meio da genealogia, deve-se direcionar a “leitura horizontal das discursividades para uma análise vertical – orientada para o presente – das determinações históricas do nosso próprio regime de discurso” (ibidem, p. 17).

Nessa direção aplaudimos Navarro-Barbosa (2007) quando afirma que:

A noção de acontecimento discursivo, reconfigurada por Foucault (1969), em *Arqueologia do saber*, torna-se um princípio teórico-metodológico com o qual é possível abordar o discurso na sua irrupção e no seu acaso, ou seja, despojá-lo de toda e qualquer referência a uma origem supostamente determinável ou a qualquer sistema de causalidade entre as palavras e as coisas (p. 94).

Esses pressupostos indicam que a análise deve ir muito além da materialidade do discurso. Sem desprezar essa materialidade, o analista deve buscar no arquivo quais as regras, as práticas, as condições de produção e de funcionamento, as relações de saber-poder.

Para a produção dessa dissertação, foram realizados levantamento de fontes bibliográficas (livros, pesquisas, monografias, dissertações e teses que tratam do assunto);

pesquisa documental utilizando como fonte os arquivos dos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”; entrevistas com os sujeitos envolvidos nos processos de produção dos dois veículos de comunicação; uma microanálise (partindo dos gêneros em direção ao suporte e à comunidade discursiva) e uma macroanálise (partindo do suporte e de seu contexto social em direção aos gêneros e demais mecanismos de textualização).

O *corpus* da pesquisa foi constituído por exemplares de cada um dos dois jornais a serem trabalhados, publicados no período de 21 de setembro a 11 de outubro de 2006. A escolha pelos dois jornais não foi aleatória, mas levou em consideração a trajetória histórica (ambos estão entre os que circulam há mais de 50 anos), preferência pelo público e influência como formadores de opinião.

Em um primeiro momento da pesquisa, foram investigadas as origens históricas de cada um dos dois veículos de comunicação, pois entendemos que para investigar o processo identitário é preciso verificar as circunstâncias do seu surgimento. Depois, levantamos as condições de produção externas e internas de ambos os jornais, ou seja, procuramos saber como estão estruturadas as duas empresas jornalísticas por meio de leitura das edições comemorativas de aniversários dos veículos, de entrevistas com jornalistas que atuam em ambos e da descrição detalhada sobre como estão articulados os gêneros do discurso jornalístico nos cadernos e editoriais que compõem os jornais.

Feito o inventário dos gêneros, realizamos o recorte intencional, para avaliar os efeitos de sentido produzidos pelos jornais diante de um fato importante: as Eleições de 2006, especificamente a cobertura feita por eles da disputa pelo cargo de governador do Estado de Mato Grosso do Sul entre os dois principais candidatos: André Puccinelli e Delcídio do Amaral. Nas edições escolhidas, separamos os gêneros e analisamos aqueles que se mostraram mais relevantes para alcançar o objetivo do estudo, verificando como as opções de conteúdo, a escolha pelos gêneros e o espaço concedido a cada um dos candidatos nos permitem traçar a identidade enunciativa das duas instâncias de produção do discurso jornalístico.

No primeiro capítulo verificamos as condições de produção do discurso jornalístico e o acontecimento discursivo em questão. Assim, iniciamos com o surgimento dos dois jornais impressos, a forma como estão estruturadas as empresas e a sua linha editorial. Posteriormente, traçamos um histórico das eleições em Mato Grosso do Sul, enfocando o processo eleitoral de 1º de outubro de 2006 e os perfis dos candidatos ao governo do Estado: André Puccinelli e Delcídio do Amaral. Ao tratar o discurso como acontecimento, apontamos para além da estrutura lingüística e pensamos em sua irrupção histórica (FOUCAULT, 2005).

As opções teóricas que orientam a pesquisa compõem o segundo capítulo. Discutimos sobre discurso, formação discursiva, interdiscurso, heterogeneidade, ideologia, poder, identidade, verdade e a problemática dos gêneros no discurso jornalístico, aliando estudos que envolvem as áreas da Lingüística e Comunicação. Tomamos como base as contribuições de estudiosos da Análise do Discurso como Michel Pêcheux, Michel Foucault, Dominique Mainguenau e Patrick Charaudeau, a estudos de teóricos da Comunicação e do Jornalismo como Luis Beltrão, José Marques de Melo e Manuel Carlos Chaparro.

A partir do levantamento e da descrição dos gêneros articulados nos dois suportes midiáticos em questão, conteúdo do terceiro capítulo deste estudo, categorizamos as duas modalidades principais Comentário e Relato (CHAPARRO, 1998). A primeira inclui o Artigo, o Editorial, a Coluna, a Caricatura, o Comentário, a Carta e a Crônica. A segunda, a Nota, a Notícia, a Entrevista, os Roteiros, os Agendamentos, as Cartas-consulta, as Previsões do Tempo e as Orientações Úteis. Depois, optamos por discutir como os jornais privilegiam uma determinada modalidade de gêneros em detrimento da outra, quais as escolhas que prevalecem e como elas influenciam no produto final.

No quarto capítulo, começamos discutindo quais foram os gêneros articulados e o espaço destinado ao conteúdo da disputa eleitoral entre os dois candidatos principais ao governo do Estado. Em seguida, apresentamos as análises do *corpus* escolhido para a pesquisa. Analisamos o discurso de cada jornal a fim de investigar o seu posicionamento frente ao acontecimento. Agrupamos os textos por gêneros e estabelecemos em alguns momentos comparação da cobertura feita pelas duas instâncias de produção para ilustrarmos as diferenças existentes. Verificamos, por meio da materialidade do discurso, que os jornais apresentam certas escolhas pelos gêneros de textos, por expressões e itens lexicais; além disso, observamos que a presença da heterogeneidade, a partir da conceitualização da lingüista Jacqueline Authier, e do interdiscurso, na concepção de Michel Pêcheux, permitem ao analista traçar a identidade de cada um dos dois periódicos com relação ao acontecimento das eleições.

Posteriormente passamos às conclusões delineadas a partir dos dados levantados e das análises feitas, em que pudemos comprovar que as premissas da imparcialidade e do equilíbrio na cobertura jornalística ainda permanecem como mitos escondidos atrás de escolhas aparentemente neutras ao leitor mais comum.

Portanto, ocupar-se dos gêneros, apesar de parecer um “passatempo ocioso, quicá anacrônico”, como afirma Todorov (1980, p. 43) em sua obra sobre gêneros do discurso,

constitui um estudo legítimo e fundamental, tanto no campo da literatura, da lingüística, quanto mais no de jornalismo.

I CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO IMPRESSO

Hoje estamos cada vez mais conscientes de que o *mídiu*m não é um simples “meio” de transmissão do discurso, mas que ele imprime um certo aspecto a seus conteúdos e comanda os usos que dele podemos fazer. O *mídiu*m não é um simples “meio”, um instrumento para transportar uma mensagem estável: uma mudança importante do *mídiu*m modifica o conjunto de um gênero de discurso (MAINGUENEAU, 2005b, p. 72).

Michel Pêcheux baseado na expressão marxista condições econômicas de produção, lança a hipótese de que nos discursos produzidos, invariantes semântico-retóricas corresponderiam a um estado determinado de condições de produção (discursivas). Ao substituir os dois pólos do esquema de comunicação de Jakobson – emissor e receptor -, por um dispositivo em que as situações do locutor e seu interlocutor seriam desdobradas em representações imaginárias dos lugares que um atribuirá ao outro, Pêcheux estabelecerá que essas relações entre os “lugares” dependerão das estruturas das formações sociais, decorrentes das relações de classes, descritas pelo materialismo histórico.

Um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas: por exemplo, o deputado pertence a um partido político que participa do governo ou a um partido de oposição; é porta-voz de tal ou tal grupo que representa tal ou tal interesse. [...] Ele está, pois, bem ou mal, situado no interior da relação de forças existentes entre os elementos antagonistas de um campo político (PÊCHEUX, 1990, p. 77)

Portanto, ao construir o *corpus*, o analista deverá reunir os enunciados em função de condições de produção que ele acredita serem estáveis. Abordar essas condições de produção, portanto, é fundamental para a pesquisa em Análise do Discurso.

Charaudeau (2006) aponta que o lugar das condições de produção do discurso midiático pode ser qualificado em dois espaços: um externo-externo (condições socioeconômicas da empresa midiática) e outro externo-interno (condições de produção que presidem a própria realização do produto midiático).

Para tanto, nesta pesquisa apresentaremos, primeiramente, as condições de produção do discurso dos veículos de comunicação estudados, os jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”, abordando seu surgimento, estrutura a linha editorial e sobre o acontecimento das eleições ocorridas em 1º de outubro de 2006.

1.1 Surgimento dos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”

Ao buscarmos informações históricas, nos arquivos de ambos os jornais – “Correio do Estado” e “O Progresso” – verificamos que o seu surgimento esteve atrelado a questões políticas.

Fundado em 7 de fevereiro de 1954, em Campo Grande, o jornal “Correio do Estado” nasceu vinculado ao grupo político integrante da União Democrática Nacional (UDN). Os principais líderes da UDN, no sul do então Estado de Mato Grosso³, Fernando Corrêa da Costa e José Fragelli juntaram-se ao português José Inácio da Costa Moraes e fundaram o jornal com propósito de informar e discutir assuntos de interesse local, apoiando politicamente o udenismo e sua causa. Com a eleição de Fernando Corrêa da Costa ao cargo de governador do Estado de Mato Grosso, o governo fechou-se em Cuiabá com os deputados e partidários da UDN, que eram responsáveis pela sustentação econômica do jornal. Eles simplesmente desapareceram de Campo Grande e com eles o dinheiro que mantinha as atividades do novo veículo. A crise financeira, a falta de infra-estrutura e máquinas ultrapassadas tornavam quase impossível colocar o jornal nas ruas. Então, o gerente José Barbosa Rodrigues decide lutar pela existência do periódico, estimulado por José Inácio da Costa Moraes. Mais tarde, em 1957, J.B. Rodrigues adquire a parte de José Moraes e torna-se dono do veículo.

A partir de então começa uma nova fase do “Correio do Estado”, com redimensionamento do jornal que aos poucos foi se consolidando no mercado e, atualmente, é um dos poucos do País a ter, segundo a direção, uma situação financeira sólida. O jornal também foi o pioneiro no Centro-Oeste da impressão pelo sistema *off set* e da informatização da redação e um dos primeiros do Brasil a ter todas as suas páginas coloridas. Líder na preferência dos leitores segundo pesquisas (Ibope, Tendência Vox, Ibrape), é o mais antigo diário de Campo Grande com circulação ininterrupta.

O jornal “Correio do Estado” foi o primeiro passo para a criação de um dos grupos de comunicação mais importante de Mato Grosso do Sul – o Grupo Correio do Estado, que, sob a administração de José Barbosa Rodrigues adquiriu a “Rádio Cultura”, fundou a “94 FM” e a “TV Campo Grande”. Após a morte de José Barbosa Rodrigues, em 2003, o grupo passou a ser dirigido pelo seu filho Antônio João Hugo Rodrigues que, atualmente, também é presidente do Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e suplente do senador Delcídio do Amaral.

³ O Estado de Mato Grosso do Sul, cuja capital é Campo Grande, nasceu da divisão do Estado de Mato Grosso, em 1977. Antes da divisão a capital da unidade federativa era Cuiabá, situada ao norte.

Em seu expediente, o jornal “O Progresso” se auto-intitula como “o mais antigo do Estado e de maior circulação no interior”. Apesar de na última edição comemorativa ao aniversário de fundação do jornal, publicada em 21 de abril de 2007, ser divulgada a data de circulação da primeira edição como 21 de abril de 1951, em matéria publicada no jornal da Rede Alfredo de Carvalho – Rede Alcar – o primeiro exemplar data de 22 de fevereiro de 1920. Naquela época, o periódico era publicado quinzenalmente, no município de Ponta Porã, no então sul de Mato Grosso, e tinha como fundador o advogado e jornalista José Passos Rangel Torres. Porém, em 1930, Passos resolve interromper a circulação do jornal por causa de ameaças políticas feitas à família e por temer pela vida de seus filhos.

Um deles, Weimar Gonçalves Torres forma-se em Direito no Rio de Janeiro e retorna à Ponta Porã, onde monta um escritório de advocacia. Porém, inimigos políticos da família o impedem de exercer a profissão e ele decide mudar-se para o município de Dourados, onde reabre o jornal “O Progresso”, em 21 de abril de 1951. Weimar tinha forte envolvimento político, era filiado ao Partido Social Democrático e quando inaugurou o periódico exercia o mandato de vereador na Câmara Municipal de Dourados, sendo reeleito em 1954. Também nessa época trabalhou na campanha que levou o general Eurico Gaspar Dutra à Presidência da República. Também atuou como deputado estadual e federal e na campanha que levou o engenheiro Pedro Pedrossian ao Governo do Estado de Mato Grosso, em 1965. Morreu em 1969, vítima de um acidente aéreo. Após sua morte, a esposa Adiles do Amaral e o sogro Valdemiro do Amaral assumem o comando do jornal.

Em 1976 o jornal torna-se diário. A partir disso são realizados investimentos em tecnologia, importando-se equipamentos de impressão *off set* para proporcionar eficiência e rapidez na sua produção. Atualmente, o jornal é dirigido por Adiles Torres do Amaral e tem como diretora-superintendente sua filha Blanche Torres.

1.2 Estruturas das empresas jornalísticas

O jornal “Correio do Estado” é distribuído na Capital e em municípios do interior de MS. A sede administrativa, a redação e o parque gráfico se localizam em Campo Grande, na Avenida Calógeras, 356, e o setor de publicidade local e classificados na Rua 26 de agosto, 284. Há uma sucursal no município de Dourados, MS, e representantes em São Paulo, SP. A circulação é feita de domingo a domingo, com vendas em bancas e por assinaturas.

O jornal “O Progresso” é distribuído em Dourados, Campo Grande e em municípios do interior. A sede administrativa, a redação, o departamento comercial e o parque

gráfico se localizam em Dourados, na Avenida Presidente Vargas, 447. Possui um escritório em Campo Grande, MS, e representantes em São Paulo, SP. A circulação é feita de segunda a sábado, com vendas em bancas e por assinaturas.

A estrutura de ambas as empresas corresponde à estrutura da maioria dos jornais impressos. Há uma divisão em departamentos ou setores, cada um com sua função específica: departamento comercial, que cuida da negociação de anúncios que serão publicados nas páginas do jornal; departamento de recursos humanos ou departamento de pessoal, responsável pelas questões relativas aos funcionários; departamento jurídico, que orientará a direção sobre questões relativas a processos judiciais e outros procedimentos; departamento de circulação, responsável pela logística da distribuição do jornal e pelas assinaturas; redação, onde estão alocados os jornalistas que exercem funções de produção, reportagem (de texto e fotografia) e edição; departamento de arte, onde estão os ilustradores, arte-finalistas, diagramadores; e a direção-geral.

Podemos dizer que o coração do jornal está na redação. Portanto, registramos em seguida como estão estruturadas as redações dos dois impressos estudados.

O jornal “Correio do Estado” é dirigido atualmente por Ester Figueiredo Gameiro e Marcos Fernando Alves Rodrigues. A redação do impresso é estruturada em editorias cujos nomes e jornalistas responsáveis seguem: Caderno B, Cristina Medeiros/Sheila Canto; Capa, Neri Kaspary; Polícia, Denilson Pinto; Economia, Rosana Siqueira; Esportes, Arlindo Florentino; Geral, Fausto Brites; Interior, Thiago Gomes da Silva; Nacional/Internacional, Hordonês Echeverria; Política, Adilson Trindade; Opinião, Neri Kaspary; Correio Informática, Cleidson Lima; Correio Rural, Maurício Hugo; Correio Veículos, Paulo Cruz; e Justiça, Thiago Gomes. Atualmente, cerca de 30 jornalistas entre editores, repórteres e repórteres fotográficos atuam no veículo. As reuniões de pauta (quando são definidos os assuntos que serão veiculados na edição do dia seguinte) acontecem às 13h e às 17h.

O editor-chefe da redação do jornal “O Progresso” é o jornalista Vander Verão. Como editora-chefe adjunta está a jornalista Maria Lúcia Tolouei, que ainda acumula as funções de editora do caderno Dia-a-Dia, Saúde, Educação, O Progressinho. Marcos Santos é editorialista (quem escreve os editoriais do jornal) e editor do Caderno B, DMais, Turismo, Arquitetura e Veículos. Marcelo Humberto é editor de Esportes e João Rocha de Polícia. Também atuam como repórteres Hakeito Almeida, Cristiane Guimarães, Marcos Santos, Maria Lucia Tolouei, Marcelo Humberto, João Rocha, além de Tiago Pizzini e repórter fotográfico Hedio Fazan. O jornal também tem como colaboradores Sidnei Lemos (Bronka), Cido Costa e Valéria Araújo. As reuniões de pauta acontecem no início do expediente e,

segundo informações da editora Maria Lúcia, a maioria dos repórteres já chega com as pautas pré-ordenadas e em andamento.

1.3 Linha editorial

A linha editorial dos veículos de comunicação é definida como um conjunto de normas e critérios que devem ser observados tanto na produção quanto na divulgação do seu conteúdo. Para esta pesquisa, conhecer a linha editorial é importante para entendermos como se dá o processo de construção da identidade das duas mídias analisadas.

“O jornal sempre procurou levantar bandeiras que o vinculassem diretamente com os interesses da comunidade”, diz o jornalista e diretor-presidente do Grupo Correio do Estado, Antônio João Hugo Rodrigues em entrevista publicada na edição comemorativa aos 50 anos do impresso publicada no dia 7 de fevereiro de 2004 (Anexo 1/CD). Segundo Antônio João, a linha editorial do “Correio do Estado” sempre foi pautada em torno de assuntos de interesse local. Para ilustrar sua opinião ele cita, na entrevista, as “bandeiras” levantadas nas últimas décadas como a implantação de infra-estrutura energética no sul de Mato Grosso, em 1960, e a luta pela criação de Mato Grosso do Sul, na década de 1970. De acordo com o jornalista, a participação do jornal no dia-a-dia da sociedade foi um dos fatores que contribuíram para o processo de identificação. “Sempre digo que devemos muito à população, visto que ela compreendeu desde cedo que o Correio do Estado sempre se pautou pelos interesses do Estado e nunca aceitou que vontades pessoais prevalecessem sobre os desejos da maioria”, reforça Antônio João em outro trecho da entrevista, acrescentando que, ao longo de sua história, o veículo tem lutado pela conquista da credibilidade e respeitabilidade editorial.

Na mesma edição, a diretora do jornal Ester Figueiredo Gameiro também é entrevistada e fala sobre a linha editorial do veículo (Anexo 2/CD). “Desde o princípio, nossa linha editorial sempre foi a de defesa dos interesses locais. Isso fez com que passássemos a ser referência de cidadania. Sempre priorizamos os assuntos de interesse da população”. Ela enfatiza ainda que “o Correio do Estado se tornou o porta-voz da comunidade”.

Em matéria assinada pelo jornalista Ico Victório, intitulada “Jornal adotou perfil crítico” (Anexo 3/CD), também publicada na edição especial comemorativa aos 50 anos do “Correio do Estado” são feitas mais considerações sobre a linha editorial do impresso. A reportagem diz que o jornal mesmo passando por mudanças importantes durante sua existência não alterou o princípio que o orienta desde a sua fundação, o princípio da

independência editorial, que significa ter liberdade para apurar os fatos, publicar e assumir “bandeiras” em defesa do que o jornal considera importante para a sociedade sul-mato-grossense. Ainda relacionada a esta matéria destacamos um trecho que consideramos pertinente, especialmente, para as considerações que faremos durante as análises do *corpus* escolhido: “O jornal nunca se furtou e não se furtará de dar a sua opinião política. Mas ela estará circunscrita aos editoriais. No noticiário, sempre buscou a objetividade e a isenção”.

Na edição comemorativa ao 57º ano de circulação, publicada em 20 de abril de 2007, o editorial do jornal “O Progresso” (Anexo 4/CD) traz a história do veículo e os princípios que norteiam o seu fazer jornalístico desde a fundação e que permeiam a linha editorial: ética, imparcialidade, transparência, verdade e credibilidade. Assim como o “Correio do Estado”, o jornal se coloca como porta-voz dos cidadãos sul-mato-grossenses: “[...] muitos têm um laço com o jornal que serve de porta-voz para seus anseios e necessidades; muitos não abrem mão da notícia tratada com ética e respeito”.

A imparcialidade do noticiário também é um dos fatores apontados pelo editorial como “forte” para a identificação do leitor com o veículo e a credibilidade e tradição mantidos durante os quase 60 anos de existência: “[...] informação com a mesma qualidade e imparcialidade é difícil de encontrar”. Destacamos o seguinte trecho, que consideramos importante para as considerações que faremos posteriormente, durante as análises: “[...] aqui a gente vende espaço publicitário, mas não vende a imparcialidade, ingrediente indispensável para quem se propõe a fazer jornal”.

É ressaltado também que poucos são aqueles que não “alimentam amor por O Progresso”, porém até mesmo esses respeitam o jornal, porque o veículo “respeita a todos” e não há ninguém que seja capaz de acusar o impresso de ter denegrido, maculado a imagem de qualquer pessoa ou empresa. “O Progresso é crítico na hora e na medida em que deve criticar, da mesma forma que não se furta da missão de defender os interesses coletivos”.

No editorial, o jornal assume a posição de sujeito que participa ativamente da constituição da história regional, nacional e internacional, por meio do noticiário e isso vem ao encontro do *slogan* adotado desde o seu surgimento - “pensamento e ação por uma vida melhor” – e considerado a bandeira mais importante para “O Progresso”.

Como pudemos perceber pelos trechos citados acima, ambos os jornais assumem posição de porta-vozes e se identificam como defensores dos interesses da sociedade sul-mato-grossense por meio da produção de um noticiário baseado na objetividade, imparcialidade e isenção.

Feitas as considerações a respeito das condições de produção do discurso nos dois jornais, passamos para a contextualização do acontecimento discursivo em análise: as eleições para o cargo de governador do Estado em 2006.

1.4 Eleições em Mato Grosso do Sul

Ao recortar o acontecimento das eleições que pautarão nossas análises, acreditamos que seja importante para a pesquisa trazer uma contextualização do processo eleitoral ao longo da história de Mato Grosso do Sul, MS.

Considerado relativamente novo, MS surgiu da divisão do Estado de Mato Grosso que foi definida pela Lei Complementar assinada pelo presidente da República Ernesto Geisel em 11 de outubro de 1977. Pertence à região Centro-Oeste do Brasil, integrada também pelos Estados de Mato Grosso e Goiás e o Distrito Federal. Ocupa área de 358.158,7 quilômetros quadrados e desses, 25% correspondem à área do Pantanal Sul-Mato-Grossense.

Os primeiros habitantes vieram com a descoberta do minério de ouro, por volta do final do século XVI. Durante quatro séculos a região pertenceu a Estado de Mato Grosso. Possui uma localização geográfica privilegiada, pois divide fronteira com dois países – Bolívia e Paraguai – além de fazer divisa com cinco estados brasileiros: Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Goiás e Mato Grosso. Isso contribui muito para o seu desenvolvimento econômico, pois se encontra próximo aos grandes centros econômicos e consumidores do Brasil.

MS recebeu imigrantes de outros países como, portugueses, espanhóis, paraguaios, libaneses e japoneses e também pessoas vindas de outros estados em busca de novas oportunidades, como mineiros, gaúchos, paulistas e nordestinos. Atualmente, possui uma população estimada em 2,2 milhões de habitantes distribuídos em 78 municípios.

Apesar de a divisão acontecer em 1977, o seu primeiro governo foi instalado em 1º de janeiro de 1979, quando tomaram posse os deputados eleitos em 15 de novembro de 1978 e o primeiro governador nomeado pelo presidente Geisel, o engenheiro Harry Amorim da Costa. Os deputados foram eleitos para a Assembléia Legislativa e Constituinte de MS conforme o que previa a LC 31. Harry Amorim da Costa era engenheiro gaúcho, servidor público do Departamento Nacional de Obras de Saneamento, autarquia hoje extinta.

Em 1982, aconteceram as primeiras eleições diretas do Estado. Foi eleito governador Wilson Barbosa Martins, do PMDB, com 258.192 votos. Em segundo lugar ficou José Elias Moreira do PDS, com 237.144; em terceiro, Wilson Fadul, do PDT, com 5.414; e,

em quarto lugar Antônio Carlos de Oliveira, do PT, com 4.541 votos. Também foram eleitos oito deputados federais e 24 estaduais, além de um senador.

As segundas eleições diretas aconteceram em 1986. O candidato Marcelo Miranda Soares, da coligação PMDB/PFL/PDT/PCB foi vencedor com 412.974 votos. Em segundo lugar ficou o candidato Lúdio Martins Coelho (PTB/PDS) com 243.026 e em terceiro Luís Landes da Silva Pereira (PT) com 16.664. Além das vagas para deputados estaduais e federais, foram eleitos dois senadores.

Em 1990, o governador eleito foi Pedro Pedrossian (PTB) com 417.589 votos. Em segundo lugar ficou Gandi Jamil (PDT) com 217.289 votos e em terceiro Manoel Camargo Bronze (PT), com 68.304. Neste pleito, também foram escolhidos os representantes para ocupar a Assembléia Legislativa e o Congresso Nacional.

Quatro anos depois, volta ao poder executivo do Estado Wilson Barbosa Martins do PMDB, eleito com 392.365 votos. Em segundo lugar, aparece Levy Dias (PPR), com 243.366 votos, em terceiro Pedro Luiz Teruel (PT) com 73.164 e em quarto a candidata Rita de Cassa Gomes Lima (PRONA), com 21.773. Em 1994, também foram eleitos os deputados estaduais e federais e dois senadores.

Em 1998, a eleição para o cargo de governador do Estado de Mato Grosso do Sul foi definida em dois turnos. No primeiro turno, o candidato Ricardo Bacha (PSDB) conquistou o primeiro lugar com 309.330 votos, ou seja, 38,50%. Em segundo lugar ficou o candidato Zeca do PT com 263.350, ou 32,77%. Também disputaram a vaga para o governo do Estado os candidatos Pedro Pedrossian (PTB) que ficou em terceiro lugar com 220.362 votos e o candidato Heitor (PV) com 10.489 votos. Para o segundo turno, foram os candidatos Ricardo Bacha e Zeca do PT, esse último virou a disputa e conseguiu se eleger com 548.040 votos, ou 61,27%. Bacha conseguiu 346.466 votos (38,73%). Além do cargo de governador, também foi realizada eleição para escolha de deputados estaduais e federais e senador.

Zeca do PT e Marisa Serrano (PSDB) são os favoritos para o cargo de governador do Estado em 2002. Novamente, as eleições foram decididas em dois turnos. No primeiro os números ficaram assim: Zeca conseguiu 509.843 votos (48,33%) e Marisa Serrano, 447.396 votos (42,44%). Participaram ainda da disputa em primeiro turno os candidatos Moacir Kohl (PDT) que obteve 55.350 votos, Carlos Mahrún (14) com 22.488 votos, Cláudio Freire (40) com 18.222 votos e Anache (36) com 1.619. No segundo turno, o candidato Zeca do PT foi eleito com 581.545 votos ou 53,74% e a candidata Marisa conseguiu 500.542 votos ou 46,26%. Também foram escolhidas as vagas para a Assembléia Legislativa e Congresso Nacional.

Passamos às informações referentes ao nosso recorte: eleições de 2006.

1.4.1 Eleições de 2006

Em 2006, ocorreram eleições para cargos do governo executivo federal e estadual e para a Assembléia Legislativa e Congresso Nacional. Em Mato Grosso do Sul, as eleições para governo do Estado foram definidas em primeiro turno, com a vitória do candidato André Puccinelli.

No dia 1º de outubro, 1.288.948 milhão de eleitores foram às urnas e escolheram 24 deputados estaduais, oito deputados federais, um senador, um governador de Estado e um presidente da República. O índice de abstenção foi de 17,44%, ou seja, dos mais de 1,5 milhão de eleitores, 272.233 não compareceram nos locais de votação. Segundo informações do Tribunal Regional Eleitoral (TRE-MS) cerca de 20 mil pessoas trabalharam em todo MS atuando como mesários, técnicos e juizes. A Polícia Militar escalou um contingente de 3,6 mil pessoas em serviço e foram 4.680 urnas eletrônicas espalhadas pelas zonas eleitorais da Capital e do interior.

Para o cargo de governador do Estado concorreram cinco candidatos:

- André Puccinelli, do PMDB, pela coligação “Amor, Trabalho e Fé”, que englobou os partidos PMDB, PSC, PL, PPS, PFL, PAN, PRTB, PMN, PTC, PSDB e PT do B;
- Carlos Alberto Santos Dutra, o Carlito, do PSOL, pela coligação Frente de Esquerda Mato Grosso do Sul, que englobou os partidos PSOL e PSTU;
- Delcídio do Amaral Gomez, do PT, pela coligação “Um novo avanço para Mato Grosso do Sul”, que englobou os partidos PT, PSB, PTB, PC do B, PP, PTN, PHS e PRP;
- Elizeu Amarilha Mattos, do PSDC; e
- Tito Livio Canton, do PV.

Tendo em vista que nosso objetivo é a análise de gêneros dos jornais impressos que citaram os dois candidatos principais, agora detalhamos informações a respeito do desempenho dos mesmos nas eleições e perfil de cada um.

As eleições para governo do Estado foram definidas em primeiro turno, realizado no dia 1º de outubro e resultaram na vitória do candidato do PMDB, André Puccinelli, que obteve 726.806, ou seja, 61,34%. Em segundo lugar apareceu o candidato Delcídio do Amaral Gomez, do PT, com 450.747, ou seja, 38,04%, dos votos. Os dois sempre foram considerados candidatos favoritos ao cargo.

A coligação “Amor, Trabalho e Fé”, da qual pertencia o candidato Puccinelli também conseguiu preencher a maior quantidade de vagas para deputados federais (quatro das oito), para deputados estaduais (15 das 24 vagas) e a vaga para o Senado, ocupada por Marisa Serrano.

Como utilizaremos como recorte para as análises os discursos produzidos pelos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso” sobre a disputa envolvendo os candidatos André Puccinelli e Delcídio do Amaral Gomez, articulamos a seguir os perfis dos dois candidatos.

1.4.2 O perfil de André Puccinelli

Médico formado pela Universidade Federal do Paraná, André Puccinelli é naturalizado brasileiro, pois nasceu em Viareggio (Itália), em 2 de julho de 1948, e veio para o Brasil com menos de um ano. Primeiramente, sua família fixou-se em Porto Alegre, RS, e depois em Curitiba, PR, onde realizou seus estudos até concluir a faculdade. Ele é casado com Elizabeth Puccinelli e possui três filhos; a médica Vanessa Puccinelli, os advogados André Puccinelli Júnior e Denise Puccinelli.

De Curitiba veio para Fátima do Sul, interior de Mato Grosso do Sul, onde atuou profissionalmente como cirurgião-geral até 1983. Mudou-se para Campo Grande para atuar na Secretaria Estadual de Saúde de 1983 a 1985, no governo de Wilson Barbosa Martins. Foi eleito deputado estadual por dois mandatos, de 1987 a 1991 e de 1991 a 1995. Depois concorreu à vaga na Câmara de Deputados, onde exerceu por dois anos o mandato deixando o cargo para administrar a Capital de Mato Grosso do Sul – Campo Grande.

Puccinelli foi prefeito de Campo Grande por dois mandatos (1997/2000 e 2001/04). Como administrador, realizou obras e implantou programas que modernizaram a cidade, elevaram os seus indicadores econômicos e sociais e a qualidade de vida da sua população. Deixou o mandato com 98% de aprovação. Por dois anos consecutivos, foi apontado em pesquisa nacional como o melhor prefeito das capitais brasileiras.

Entre as principais realizações, mais de 800 obras concluídas como pavimentação no contexto geral da cidade, escolas e postos de saúde, implantação de salas de informática em todas as unidades da rede municipal de ensino, pavimentação em 300 bairros, além da implantação de parques e avenidas em todas as regiões da cidade.

Conseguiu, em 2004, eleger o seu sucessor Nelson Trad Filho (PMDB) em primeiro turno. E passou dois anos se preparando para as eleições de 2006.

Possui um patrimônio pessoal declarado de R\$ 2.376.655,78, segundo informações do TRE-MS e gastou por volta de R\$ 15 milhões com a campanha ao governo do Estado. Sempre apareceu nas pesquisas com larga vantagem e grandes chances de vitória no primeiro turno das eleições. Apesar de atualmente no PMDB, Puccinelli já foi filiado ao PSDB em MS.

Se, nacionalmente, o PMDB é aliado do governo do PT de Lula, em Mato Grosso do Sul, os dois partidos são adversários.

1.4.3 O perfil de Delcídio do Amaral Gomez

Nascido em Corumbá, MS, em 8 de fevereiro de 1955, Delcídio do Amaral Gómez estudou por um tempo na cidade e depois se mudou para São Paulo. Concluiu a faculdade de Engenharia Elétrica em 1978 e seguiu carreira profissional no setor, tratando especificamente de questões de energia, em empresas e usinas que o levariam a conhecer o Brasil e o mundo.

Quando recém-formado, atuou na Usina de Paulo Afonso, na Bahia e aos 28 anos se tornou engenheiro encarregado da supervisão da construção e montagem da Usina de Tucuruí, no Pará.

Por dois anos viveu na Europa, enquanto trabalhava na Shell. Ao voltar para o Brasil retomou a carreira exercendo cargos importantes em empresas do setor como a Eletrosul, onde foi diretor em 1991. De março a setembro de 1994, ocupa a Secretaria Executiva do Ministério das Minas e Energia. Ao final do governo do presidente Itamar Franco, torna-se ministro de Minas e Energia. Depois, ocupa a Diretoria de Gás e Energia da Petrobras, enfrentando a grande crise energética de 2000/2001.

Convidado pelo governador Zeca do PT, deixa a diretoria da Petrobras e retorna a Mato Grosso do Sul para estar à frente da Secretaria de Estado de Infra-Estrutura e Habitação. Filia-se ao PT e vence a convenção para ser o candidato do partido ao Senado nas eleições de 2002. Derrota um dos políticos mais tradicionais de MS, o ex-governador Pedro Pedrossian e consegue um feito, por ser, até então, um nome praticamente desconhecido da maioria dos sul-mato-grossenses.

Delcídio do Amaral é casado com Maika Amaral e pai de duas filhas. Foi no Senado que começou a ter atuação de destaque nacional, principalmente quando esteve à frente da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) dos Correios. Com base nesta atuação o senador apostou na sua candidatura ao cargo de governador do Estado pela coligação “Um

novo avanço para Mato Grosso do Sul”, contando com o apoio do então governador Zeca do PT.

Traçadas as condições de produção do discurso jornalístico impresso dos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso” e contextualizado o acontecimento das eleições de 2006, articularemos os conceitos teóricos que orientam esta pesquisa.

II ANÁLISE DO DISCURSO E JORNALISMO

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa preconiza um quadro teórico que alia o lingüístico e o sócio-histórico. Surgiu em meados da década de 1960, porém foi consagrada em 1969, com a publicação do número intitulado *A Análise do Discurso* da revista *Langages* e, principalmente, com o livro *Análise automática do discurso*, de Michel Pêcheux. Em seu quadro epistemológico, articula três áreas do conhecimento científico: o materialismo histórico, a lingüística e a psicanálise:

Esse triplo assentamento traz conseqüências teóricas: a forma material do discurso é, ao mesmo tempo, lingüístico-histórica, enraizada na História para produzir sentido; a forma sujeito do discurso é ideológica, assujeitada, não psicológica, não empírica; na ordem do discurso há o sujeito na língua e na História; o sujeito é descentrado, tem a ilusão de ser fonte, mas o sentido é um já-lá, um dito antes em outro lugar. Do mesmo modo, o enraizamento nesses três campos do conhecimento traz conseqüências metodológicas: a busca de um dispositivo de análise do processo discursivo; a busca dos vestígios – da história e da memória – no discurso, e a conseqüente inter-relação entre a ordem da língua, a ordem da história e a ordem do discurso. (GREGOLIN; BARONAS, 2003, p.8)

Temos então como conceitos fundadores da AD a ideologia e o discurso. Michel Pêcheux, considerado o seu autor mais representativo, elabora seus estudos influenciados pelos trabalhos de Louis Althusser sobre ideologia e de Michel Foucault sobre discurso.

Althusser (1980) afirma que o funcionamento da ideologia dominante está concentrado nos Aparelhos Repressores (ARE) e Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). Os AIE compreendem instituições como família, religião, sindicatos, escolas e são aqueles que tentarão intervir junto à classe dominada com o objetivo de perpetuar as relações de dominação existentes na sociedade.

Ao falar sobre ideologia, o autor elabora hipóteses. A primeira aponta que a ideologia seria uma representação da relação imaginária dos indivíduos com as condições reais de existência e essa relação imaginária seria causada por um distanciamento que deformaria as condições reais de existência e promoveria a alienação dos indivíduos nessa representação. A segunda estabelece que a ideologia só exista em um aparelho e em suas práticas, que ela só vai se materializar em atos concretos, moldando ações. E na terceira, a ideologia opera transformando indivíduos em sujeitos e é somente pela existência desses que ela sobrevive.

Podemos dizer, então, que os veículos de comunicação (jornal, televisão, rádio, Internet) se encaixam nessa modalidade, compõem os “Aparelhos Ideológicos”, pois por meio

do jornalismo são responsáveis por proporcionar aos cidadãos o acesso à informação. E os discursos presentes nesses veículos, além de articularem outros, fazem parte dos que configuram um espaço social, atribuem valores e criam sentidos que organizam as relações de poder.

Portanto, compreendemos que a ideologia só se materializa por meio do discurso. Porém o que é discurso? Primeiramente, devemos ressaltar que há diferença entre enunciado e frase e texto e discurso. Foucault ressalta que:

[...] o enunciado não é uma unidade do mesmo gênero da frase, proposição ou ato de linguagem; não se apóia nos mesmos critérios; mas não é tampouco uma unidade como um objeto material poderia ser, tendo seus limites e sua independência. Em seu modo singular (nem inteiramente lingüístico, nem inteiramente material), ele é indispensável para que se possa dizer se há ou não frase, proposição, ato de linguagem; e para que se possa dizer se a frase está correta (ou aceitável, ou interpretável), se a proposição é legítima e bem construída, se o ato está de acordo com os requisitos e se foi inteiramente realizado. [...] O enunciado não é pois uma estrutura [...]; é uma função de existência que pertence, exclusivamente, aos signos e a partir da qual se pode decidir, em seguida, pela análise ou pela intuição, se eles “fazem sentido” ou não, segundo que regra se sucedem ou se justapõem, de que são signos, e que espécie de ato se encontra realizado por sua formulação (oral ou escrita) (FOUCAULT, 2005, p.97-98).

O autor vai definir discurso como um conjunto de enunciados que podem pertencer a campos diferentes, mas que obedecem a regras de funcionamento comuns, que pertençam a uma mesma formação discursiva. Ao utilizar a expressão formação discursiva, Foucault a caracteriza como quando for possível a descrição de um “sistema de dispersão” entre enunciados e a definição de uma regularidade entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos ou as escolhas temáticas. Para o autor, a análise da formação discursiva consiste na descrição dos enunciados que a compõem.

Porém, Foucault não tinha como objetivo central enfocar o discurso enquanto problema lingüístico, mesmo assim suas idéias foram importantes para a AD. Será Michel Pêcheux quem estabelecerá a relação entre língua, discurso e ideologia. A língua como condição material para existência do discurso e o discurso, por sua vez, como lugar em que se realiza a ideologia.

Ele também vai reformular o conceito de formação discursiva e trazê-lo para o quadro da Análise do Discurso. No final dos anos 60 e início dos anos 70, parte do conceito de formação social, do marxismo althusseriano, característico de relações entre classes sociais e que implica a existência de posições ideológicas organizadas, não simplesmente por sujeitos, mas em formações que apresentam relações antagônicas, de aliança ou dominação.

Nas formações ideológicas, é possível existirem formações discursivas que determinarão o que pode e deve ser dito e será nessas formações que o sujeito se torna sujeito ideológico:

[...] as palavras, expressões, proposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que vale dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas [...] nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada, [...] determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.) (PÊCHEUX, 1988, p. 160).

Porém, ao final dos anos de 1970, ele reformula o conceito de formação discursiva e acrescenta a noção de interdiscurso. De acordo com Denise Maldidier (2003), o interdiscurso já estava presente desde a AAD 69, quando Pêcheux relaciona o discurso ao “já dito”. Segundo ela, “o interdiscurso não é nem a designação banal dos discursos que já existiram antes nem a idéia de algo comum a todos os discursos” (ibidem, p. 51), mas que o interdiscurso é que designará “o espaço discursivo e ideológico no qual se desdobram as formações discursivas em relação com as formações de dominação, subordinação, contradição”. A autora reforça também que essa noção será decisiva no que se refere ao sujeito determinado pelo interdiscurso, lhe impondo dissimuladamente o seu assujeitamento em forma de autonomia. Maldidier ressalta que será assim que Pêcheux estabelecerá a teoria do discurso:

A interpelação do indivíduo em sujeito em seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) à formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): esta identificação, fundadora da unidade (imaginária) do sujeito, repousa sobre o fato de que os elementos do interdiscurso (sob sua dupla forma, descrita acima, enquanto “pré-construído” e “processo de sustentação”) que constituem, no discurso do sujeito, os traços daquilo que o determina, estão reinscritos no discurso do próprio sujeito (MALDIDIER, 2003, p. 53).

Para Navarro-Barbosa (2006), o pesquisador em AD tem que enfrentar o desafio de tentar explicitar seu objeto de investigação, situar-se no interior de uma abordagem lingüística e, ao mesmo tempo, no exterior dela, uma vez que o foco de suas reflexões não se esgota na materialidade lingüística. Ele chega até a constituição dos discursos e aos enunciados possíveis, a partir de uma análise discursiva que só emergirá se levar em consideração que os discursos têm uma existência material, que eles são constituídos pelas regras da língua, e também por aquilo que foi dito de fato. Outro desafio instigante que se apresenta ao analista de discursos pertence às escolhas que ele precisa realizar no que diz

respeito aos métodos e conceitos que utilizará. Essas questões são essenciais para a perspectiva que adotamos nesta pesquisa.

Assim, ao trabalhar com veículos de comunicação, especificamente com o discurso de informação ou jornalístico, o analista poderá constatar que o mesmo é atravessado pela interdiscursividade.

Também é característica do discurso jornalístico a heterogeneidade. O tema heterogeneidade se anuncia na obra de Pêcheux, principalmente no texto *Remontemos de Foucault a Spinoza* quando põe em evidência reflexão sobre a contradição entre as formações discursivas, operando um deslocamento da questão da identidade e a divisão de sentido. “Não mais do que a formação ideológica, a formação discursiva não pode ser pensada como um ‘bloco homogêneo’. Ela é ‘dividida’, não idêntica a si mesma” (MALDIDIER, 2003, p.65).

Porém, será a lingüista Jacqueline Authier quem introduz na Análise do Discurso uma distinção ao termo *heterogeneidade*. A presença localizada de outro discurso no fio do discurso será chamada de *heterogeneidade mostrada*, que pode ser ainda subdividida em *marcada* ou *explícita*, quando se encontra assinalada por meio do discurso direto ou indireto, do uso das aspas ou glosas; e a *não-marcada* por meio do discurso indireto livre, ironia, alusões. A autora remete ainda à *heterogeneidade constitutiva*, quando o discurso encontra-se dominado pelo interdiscurso (AUTHIER-REVUZ, 1990). Temos, especialmente no jornal impresso, a presença evidente da heterogeneidade em todas as suas formas.

Outra importante reflexão apontada pelos analistas é tratar o discurso como acontecimento. Foucault também contribui nesse sentido, pois já apontava o enunciado como algo além da estrutura lingüística e que esse deveria ser pensado em sua irrupção histórica. Assim, o acontecimento discursivo, segundo a perspectiva histórica na AD, será definido em relação à inscrição do que é dito em um momento determinado, em configuração de enunciados (FOUCAULT, 2005).

Pêcheux (2006), em sua obra *O Discurso: estrutura ou acontecimento*, percorre os caminhos do acontecimento, do discurso e da tensão entre a descrição e a interpretação na AD. A partir da cobertura da mídia francesa e do enunciado *On a gagné* (Ganhamos), que ecoou em Paris quando o presidente François Mitterrand foi eleito, o autor discute como uma estrutura enunciativa típica do mundo esportivo aparece no cenário político francês.

O acontecimento jornalístico que retrata o resultado das eleições para presidência na França, segundo Pêcheux, ao mesmo tempo em que remete a um conteúdo sócio-político transparente, por meio das evidências dos números, mostra-se “profundamente opaco” por meio dos enunciados. Ele exemplifica essa opacidade do acontecimento em três enunciados:

“F. Mitterrand é eleito presidente da República Francesa”, “A esquerda francesa leva a vitória eleitoral dos presidencialistas” e “A coalizão socialista-comunista se apodera da França”. Apesar de remeterem ao mesmo fato, não produzem a mesma significação. Segundo o autor, o confronto discursivo prossegue pelo acontecimento.

Ao analisar as eleições presidenciais, Pêcheux destaca o enunciado *On a gagné* que é repetido pela população e retomado no espaço do acontecimento político. A materialidade discursiva de *On a gagné* remete ao grito coletivo de torcedores que, em uma partida esportiva, participam passivamente como espectadores e, após a vitória do time, se unem para as comemorações. Os resultados de competições esportivas, por mais que sejam alvo de comentários, reflexões posteriores, derivam de um universo logicamente estabilizado. Ao comparar a divulgação dos resultados eleitorais pela mídia, o autor pontua que os números, porcentagens, aliados as regras do processo eleitoral também apresentam a mesma univocidade lógica, estariam em um espaço de relações logicamente estabilizadas. Porém, o enunciado *On a gagné* ao ser retomado no cenário político apesar de remeter a um conteúdo sociopolítico transparente, se torna profundamente opaco:

[...] sua materialidade léxico-sintática (um pronome “indefinido” em posição de sujeito, a marca temporal-aspectual de realizado, o lexema verbal “gagner” [“ganhar”], a ausência de complementos) imerge esse enunciado em uma rede de relações implícitas – paráfrases, implicações, comentários, alusões, etc. – isto é, em uma série heterogênea de enunciados, funcionando sob diferentes registros discursivos, e com uma estabilidade lógica variável (PÊCHEUX, 2006, p. 23)

Observamos que, para os analistas do discurso, é insuficiente o recorte lingüístico apenas dos enunciados. A relevância do trabalho está em analisar os significados construídos a partir do discurso, importando muito as suas condições de produção e o momento em que eles irromperam na história.

Por isso, torna-se primordial a investigação das condições de produção do discurso jornalístico, a fim de se conhecer porque se diz determinada coisa de tal maneira e como o discurso está estruturado e se articula com as práticas sociais.

2.1 O discurso jornalístico

Por mais que o discurso seja aparentemente bem pouca coisa, as interdições que o atingem revelam logo, rapidamente, sua ligação com o desejo e o poder. Nisto não há nada de espantoso, visto que o discurso – como na psicanálise nos mostrou – não é simplesmente aquilo que manifesta (ou oculta) o desejo; é, também, aquilo que é o objeto do desejo; e visto que – isto na história não cessa de nos ensinar – o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas

aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (FOUCAULT, 2006, p. 10)

Os veículos de comunicação possuem conteúdos diferenciados que abrangem do entretenimento à informação jornalística. É por meio desta última que contribuem para o exercício da democracia e provêm os cidadãos de um de seus direitos básicos: o acesso à informação. Os telejornais, noticiários de rádio, portais de notícias da Internet, os jornais e as revistas têm compromisso de retratar a realidade e levá-la ao conhecimento do público.

Porém, a mídia reconstrói os fatos segundo critérios próprios, pois não há espaço para inserir tudo o que acontece nas sociedades. Portanto, é feita uma seleção de fatos e dado tratamento ao conteúdo que irá ao ar, que será publicado. “As mídias não transmitem o que ocorre na realidade social, elas impõem o que constroem do espaço público” (CHARAUDEAU, 2006, p. 19). O discurso jornalístico, ao mesmo tempo, que usa uma linguagem racional, aparentemente transparente, pretende despertar o interesse das pessoas por meio da sensibilização afetiva, apresenta uma opacidade. Na corrida pela melhor matéria, pelo furo de reportagem, a mídia é acusada de muitos deslizes e de manipular fatos e declarações.

Nas mídias, os jogos de aparências se apresentam como informação objetiva, democracia, deliberação social, denúncia do mal e da mentira, explicação dos fatos e descoberta da verdade. Entretanto, e por isso mesmo, os discursos de explicação não podem pretender à verdade absoluta e menos ainda à profecia (CHARAUDEAU, 2006, p. 29)

Mesmo assim, a busca pela verdade dos fatos é considerada uma constante no jornalismo. Alguns acreditam que isso seja impossível e que o jornalista trabalhará sempre com o conceito de veracidade ou, ainda, aproximação do real. A mídia usa o seu saber, saber onde está a verdade, ter acesso à verdade e informar ao público a verdade que esse não conhece e à qual só terá acesso por meio dela. Esta é a sua fonte de poder.

O discurso informativo não tem uma relação estreita somente com o imaginário do saber, mas igualmente com o imaginário do poder, quanto mais não seja, pela autoridade que o saber lhe confere. Informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade de transmissão (poder de “dizer”). Além disso, basta que se saiba que alguém ou uma instância qualquer tenha a posse de um saber para que se crie um dever de saber que nos torna dependentes dessa fonte de informação. Toda instância de informação, quer queira, quer não, exerce um poder de fato sobre o outro. Considerando a escala coletiva das mídias, isso nos leva a dizer que as mídias constituem uma instância que detém uma parte do poder social (CHARAUDEAU, 2006, p. 63).

Mas, os veículos de comunicação, mesmo qualificados como “quarto poder”, não produzem realmente um discurso de poder, pois não têm autoridade para fazer cumprir sua palavra ou as decisões, como acontece com o poder jurídico e o poder legislativo. Segundo Charaudeau (2006) as mídias exercem influência sobre o público por meio do discurso de informação. “O respeito das mídias, o poder de que se pode falar é o de uma influência através do fazer saber, do fazer pensar e do fazer sentir. Visar a uma tal autoridade seria um desvio do contrato de informação” (idem, p. 124).

Para os analistas do discurso, o contrato irá permitir que envolvidos no ato da comunicação compreendam e interajam entre si construindo sentido. Ao remetermos esse contrato no campo dos veículos de comunicação teremos, de um lado, o jornalista e/ou a empresa (jornal, televisão, rádio, Internet) e, do outro, o público (leitores, telespectadores, ouvintes, internautas).

Diferentemente das outras mídias, na imprensa escrita essa troca se dá entre dois sujeitos que estão relativamente distantes, não há a presença física de ambos simultaneamente. Não há coincidência entre o tempo do acontecimento, da redação, da produção da informação e de sua divulgação, portanto, o tempo entre o surgimento do acontecimento e o momento em que o público toma conhecimento por meio da leitura do jornal é defasado. Porém, a força das palavras escritas e das fotografias impressas no suporte de papel funciona como prova para a instauração da verdade e permite que, tanto quem escreve, quanto quem lê, retorne ao suporte sempre que desejar.

Charaudeau (idem), ao analisar o discurso das mídias, fala em identidade das instâncias de informação. Para o autor, o ato de comunicação, nesse caso específico a comunicação midiática, estabelece relações entre uma instância de produção e uma instância de recepção. Para o autor, as condições de produção do discurso aliadas às estratégias que são colocadas em funcionamento pelas mídias, seja de maneira totalmente consciente ou não, resultarão na construção da identidade das instâncias midiáticas.

O autor designa “instância midiática” a instância de produção do discurso midiático, pois apesar de o jornalista ser a figura mais importante nesse processo de comunicação, ele não é o único ator. Por exemplo, na estrutura de um jornal impresso, além do jornalista que assumirá vários papéis no processo de produção, como repórter, editor, produtor, editor-chefe, repórter fotográfico, há também o corpo diretivo da empresa, os diagramadores, o departamento comercial, os colunistas, os chargistas, entre outros. Todos, porém, devem contribuir para a formação de “uma enunciação aparentemente unitária e

homogênea do discurso midiático” e uma co-enunciação que “por ser assumida por esses atores, representa a ideologia do organismo de informação” (CHARAUDEAU, 2006, p. 73).

Por ser uma instância que compreende vários atores, de quem pode ser a responsabilidade pela informação? Muitas vezes, mesmo com o nome do jornalista explícito na reportagem, não há como saber exatamente se a informação escrita naquela página é de sua inteira responsabilidade, já que o processo interno de produção do texto jornalístico faz com que ele passe por várias etapas, digamos até “por diferentes mãos” até a sua publicação.

Charaudeau (idem) aponta, ao considerar os papéis desempenhados pela instância midiática, que o contrato de informação estabelecido é marcado por uma série de contradições:

Em nome da credibilidade, o jornalista se coloca como simples fornecedor da informação, simples mediador entre os acontecimentos do mundo e sua encenação assumindo-se como a testemunha mais objetiva possível. Na realidade como a instância midiática é obrigada a pôr a informação em cena, esta se torna um objeto inteiramente mediado. Não raro, o jornalista se apresenta como revelador da informação oculta e, nesse sentido, assume o papel de adversário dos poderes instituídos e de aliado do público, procedendo a interrogatórios, instruindo questões, aspirando aos papéis de juiz ou de detetive. [...] Em outros momentos o jornalista se apresenta como intérprete dos acontecimentos, buscando-lhes as causas e situando-os. [...] Enfim, o jornalista pretende ser didático, aspirando ao papel de educador da opinião pública. Na realidade, a instância midiática pode apenas simplificar as explicações, o que não é a mesma coisa que explicar simplesmente (CHARAUDEAU, 2006, p. 78-79).

Observamos, então, que há vários papéis desempenhados pelo principal ator – o jornalista – na instância de produção, como mediador, revelador, intérprete, educador, e que a instância midiática, por meio do contrato de comunicação, vai agir e seguir alguns critérios específicos de coerência e construirá uma representação por meio de suas ações e de suas palavras. Então, os veículos de comunicação de massa, incluindo-se aí o jornal impresso, têm como marca identitária serem porta-vozes e intermediadores dos discursos presentes na sociedade. Utilizam estratégias de apagamento da sua individualidade, por meio da adoção dos conceitos de objetividade e neutralidade, do uso da terceira pessoa na elaboração do discurso jornalístico, da inserção dos discursos dos diversos atores sociais para construir uma imagem de mediadores.

Porém, devemos estar atentos ao fato de que essa mesma instância reproduz o seu discurso e o discurso de outros enunciadoreis. “O jornal diário tornou-se, na realidade, um substituto do espaço público, um fórum onde se escuta o eco de todas as vozes públicas, ao mesmo tempo em que tem sua própria voz” (MOUILLAUD, 1997, p. 26-27). A identidade de

uma instância de produção midiática estará intimamente ligada a essa dualidade. Por ter uma voz própria, ela manipulará as estratégias se aproximando dos discursos com os quais se identifica e se distanciando dos outros com os quais não se identifica.

Há ainda outro aspecto a ser levado em consideração na enunciação jornalística: o *silêncio*. É um silêncio que não cessa de se deslocar, à medida que o jornalismo prossegue incansavelmente a sua representação discursiva. Embora logicamente prévio, o silêncio percorre, no entanto, de uma ponta a outra, todo o discurso jornalístico. Mesmo quando é julgado referencialmente correto, quando representa exatamente aquilo que aconteceu, é atravessado por um “diferendo insanável” entre, por um lado, aquilo que, numa primeira aproximação, podemos designar como a dimensão referencial e a dimensão significante, e por outro lado, a dimensão expressiva e o sentido da representação discursiva.

É nos interstícios entre essas diferentes dimensões da enunciação que um silêncio constitutivo e indizível, mas cheio de sentidos heterogêneos, se instala. É, no fundo, com esse silêncio que o discurso jornalístico dialoga. Além dos modos constitutivos de dizer, há outras categorias de silêncio que atravessam as formas de expressão, tais como elipses e reticências (LOPES, 1990). Muito mais fáceis de identificar, essas modalidades de silêncio deixam em branco unidades significantes, na cadeia de expressões lingüísticas, unidades que a audiência é levada a complementar, assumindo, assim, um papel ativo, tanto na reconstituição da cadeia das formas significantes elididas ou implicitadas, como na elaboração de um sentido comum. Isso está intimamente ligado aos aspectos da argumentação e da persuasão constitutivos do discurso jornalístico.

Assim, a instância midiática estabelecerá um posicionamento seja por meio dos interdiscursos, dos “conteúdos”, dos modos de citação, do silêncio e até mesmo na escolha dos gêneros do discurso. Na perspectiva da Análise do Discurso, o posicionamento refere-se à instauração e à conservação de uma identidade enunciativa que não é fechada. Serão os valores que o sujeito do discurso defende e a posição que ele ocupa no campo discursivo que caracterizarão sua identidade.

Em uma sociedade onde existem inúmeros veículos de comunicação, tomando, por exemplo, o Estado de Mato Grosso do Sul, que possui mais de sete impressos diários, cada um desses jornais busca se firmar junto aos leitores por meio da consolidação de sua identidade. O leitor não compra um jornal, mas o “Correio do Estado” ou “O Progresso”, enfim, aquele que tem sua preferência, com o qual se identifica. Temos, assim, o estabelecimento de uma relação simbólica construída pelo jornal com o seu público. Essa relação tem como base a credibilidade. E a credibilidade está relacionada diretamente ao

conceito de objetividade, de fazer os fatos falarem por si, ou seja, a realidade estampada como ela é nas páginas impressas do periódico sem interferência. Esse efeito de sentido é buscado por meio de estratégias citadas como o apagamento da voz do jornal por meio da construção do discurso em terceira pessoa, a preferência por gêneros do discurso jornalístico que se classificam na modalidade de relato ou informativos.

À medida que o jornal consegue fortalecer o vínculo simbólico com o leitor, mais forte se torna sua identidade de sujeito do discurso. Na AD, a noção de identidade está interligada às noções de identidade e alteridade. A noção de sujeito do discurso é necessária para verificar qual a posição do sujeito falante na situação de comunicação e que ele não deve possuir apenas uma competência lingüística, mas também uma competência comunicacional e discursiva. Já o princípio de alteridade é o que define o ato languageiro como uma troca entre aquele que comunica e o que interpreta. É importante salientar que ambos possuem papéis diferentes e por isso estão em uma relação desigual.

De certa forma podemos dizer que no processo de comunicação de massa, o jornal atua como sujeito do discurso se conseguir estabelecer uma relação com o público que permita a comercialização efetiva de suas edições e de espaços publicitários e, especialmente, ao construir uma identidade consolidada na comunidade onde circula. Desta forma, os efeitos de sentido que produz conseguirão ser interpretados e apreendidos pelo público, demonstrando que, enquanto sujeito, ele possui a competência lingüística, comunicacional e discursiva e se configura com importante papel nas práticas sociais.

2.2 A problemática dos gêneros

Uma concepção clara da natureza do enunciado em geral e dos vários tipos de enunciados em particular (primários e secundários), ou seja dos diversos gêneros do discurso, é indispensável para qualquer estudo, seja qual for a sua orientação específica. Ignorar a natureza do enunciado e as particularidades de gênero que assinalam a variedade do discurso em qualquer área do estudo lingüístico leva ao formalismo e à abstração, desvirtua a historicidade do estudo, enfraquece o vínculo existente entre a língua e a vida. A língua penetra na vida através dos enunciados concretos que a realizam, e é também através dos enunciados concretos que a vida penetra na língua (BAKHTIN, 1992, p. 282).

O homem, em todas as atividades que realiza, utiliza a língua. Quanto mais variadas essas atividades, mais variados são o modo de utilização e o seu caráter. Para o autor Mikhail Bakhtin (1992, p. 279) “a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana”. Segundo o autor, esses enunciados irão refletir quais as condições

específicas e as finalidades de cada uma dessas atividades, seja pelo seu conteúdo, pelo seu estilo verbal e pela construção composicional. “[...] cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*” (BAKHTIN, 1992, p. 279).

Observamos que há grande variedade e riqueza de gêneros do discurso, principalmente porque a atividade humana não se esgota e essas esferas sempre comportarão repertórios que sempre serão diferenciados e se ampliarão conforme o desenvolvimento e a complexidade da própria esfera (idem).

Dominique Maingueneau, em sua obra *Análise de textos de comunicação*, dedica um capítulo inteiro aos tipos e gêneros do discurso. O autor reconhece a existência das várias categorias e tipologias de diferentes ordens. Segundo Maingueneau (2005b, p. 61), há distinção entre gênero e tipo de discurso: “os gêneros de discurso pertencem a diversos tipos de discurso associados a vários setores da sociedade”. Assim, podemos dizer que o Editorial constitui um gênero de discurso no interior do tipo de discurso jornalístico que, por sua vez, faz parte de um conjunto mais vasto, o tipo de discurso midiático.

O analista francês também defende que a utilização dos gêneros se deve, principalmente, a dois fatores: a economia e para assegurar a comunicação. Com relação ao primeiro, ele afirma que ao conhecer os gêneros não precisamos nos atentar a todos os detalhes dos enunciados que ocorrem. “Em um instante somos capazes de identificar um dado enunciado como sendo um folheto publicitário ou como uma fatura e, então, podemos nos concentrar apenas em um número reduzido de elementos” (idem, p. 64). Quando os integrantes de uma mesma coletividade partilham os gêneros há também a possibilidade de se evitar mal-entendidos entre os participantes de uma troca linguageira, assegurando a comunicação. Para deixar mais claro, o autor cita o exemplo da escrita de um cartão de férias entre amigos:

Suponhamos que eu escreva um cartão-postal de férias a um amigo; ele sabe tanto quanto eu o que esperar desse tipo de mensagem, e cada um de nós sabe que o outro detém tal saber: ele não ficará magoado pelo fato de meu texto ser muito curto, nem chocado por eu falar somente do tempo e de meus passeios ou por eu não enviar o cartão em um envelope etc. Respeitando, assim, as normas do gênero do cartão-postal, não corro o risco de ofender o meu destinatário ou de perder sua consideração (ibidem).

Isso não significa que os participantes da troca linguageira moldem os seus enunciados nessas formas de gêneros, mas que isso acontece por meio de atividades sociais que devem se submeter a critérios de êxito. Exemplificando, o jornalista para informar o

público sobre um fato precisa ter condições de realizar isso e o público deve estar interessado em receber essa informação.

Maingueneau (2005b, p.66) aponta condições para que o gênero do discurso consiga alcançar êxito. A primeira delas é a finalidade reconhecida, ou seja, “todo gênero visa a um certo tipo de modificação da situação da qual participa”. Por exemplo, ao iniciar uma conversa o objetivo dos participantes é manter um laço social, o jornalista ao escrever uma reportagem visa a informar o leitor a respeito de um acontecimento com detalhes. A segunda diz respeito ao estatuto de parceiros legítimos, ou seja, nos gêneros de discurso quem fala e a quem se dirige a fala são determinados e a cada um desses locutores são atribuídos deveres, direitos e saberes.

A terceira está relacionada ao lugar e ao momento legítimos. “Todo gênero de discurso implica um certo lugar e um certo momento. Não se trata de coerções ‘externas’, mas de algo constitutivo” (idem). Ele exemplifica a questão do lugar citando um cartaz publicitário fixo à beira de uma estação de trem produzido para ser visto rapidamente, com público indeterminado e com a possibilidade de nem sequer ser visualizado. O compara a um anúncio em uma revista feminina, onde já se tem um público específico, porém, o anúncio deve ser feito de maneira tal que prenda a atenção do leitor, que folheia a publicação. Ao abordar o momento, o autor explica que a temporalidade dos gêneros implicará no eixo da periodicidade (por exemplo, um telejornal tem periodicidade, pois acontece sempre em horário e dia fixos); a duração do encadeamento (qual duração de realização de um gênero de discurso, havendo a possibilidade de várias durações, por exemplo a leitura dos elementos que estão destacados em um texto ou a sua leitura completa); a continuidade (enquanto há gêneros que precisam ser relatados de uma só vez, como por exemplo uma piada, outros, como um romance, podem ter sua leitura interrompida várias vezes); uma duração de validade presumida (por exemplo, o jornal dura por um dia, uma revista pode ser válida por uma semana, etc.).

Como quarta condição, temos o suporte material. Maingueneau (2005b) afirma que uma mudança no suporte pode modificar muito o gênero do discurso. Ele exemplifica com um debate político televisionado e o mesmo debate acontecendo em uma sala de aula, por exemplo. Temos suportes diferentes, públicos diferentes, formatos diferentes e, conseqüentemente, efeitos de sentido diferentes. Finalmente, como última condição o autor apresenta a organização textual:

Todo gênero de discurso está associado a uma certa organização textual que cabe à lingüística textual estudar. Dominar um gênero de discurso é ter uma consciência mais ou menos clara dos modos de encadeamento de seus constituintes em diferentes níveis: de frase a frase, mas também em suas partes maiores. Esses modos de organização podem ser objeto de uma aprendizagem: a dissertação, as anotações de síntese etc., se ensinam; outros gêneros, na realidade a maioria, são aprendidos por impregnação (MAINGUENEAU, 2005b, p. 68).

O autor também discute as questões do contrato, do papel e do jogo que envolvem os gêneros de discurso. Segundo ele, falar que o gênero é um contrato é o mesmo que dizer que ele tem caráter de cooperação e é regido por normas. “Todo gênero de discurso exige daqueles que dele participam a aceitação de um certo número de regras mutuamente conhecidas e as sanções previstas para quem as transgredir” (idem, p. 69). Assim, ao escolher o gênero notícia, o jornalista deve apresentar o fato com veracidade e objetividade e as informações devem contemplar todas as questões necessárias a sua compreensão como as perguntas básicas: o que aconteceu, quem se envolveu no que aconteceu, como aconteceu, quando aconteceu, porque aconteceu e onde aconteceu, pois o leitor espera que isso lhe seja fornecido. Maingueneau também aponta que os participantes estão implicados em papéis. Como exemplo ele utiliza uma situação onde um policial ao verificar a identidade de uma pessoa estará intervindo “enquanto agente da ordem pública” e não enquanto “pai de uma família de três crianças, moreno, de bigode, com um sotaque de Toulouse ou Alsácia”. E por fim, o gênero de discurso implicará em um jogo que possui regras preestabelecidas e que se forem transgredidas significarão aos participantes estarem “fora do jogo”.

2.3 Gêneros do discurso jornalístico impresso

A prática do jornalismo pressupõe uma sistematização. Muitas vezes essa sistematização, por nascer na academia, possui características reflexivas, e permanece um pouco distante da prática diária do profissional, marcada pela velocidade das transformações do fazer jornalístico. Nesta tentativa de descrever a práxis, estudiosos de vários países delinearam, no século passado, formas específicas de organização e estruturação de textos.

Segundo Maingueneau (2005b) todos os textos pertencem a um gênero de discurso. Para categorizar esses textos produzidos, há vários termos empregados, apoiados em critérios diversificados. “Existem denominações que não pertencem ao léxico corrente, são próprias de certas profissões: os jornalistas, por exemplo, utilizam um vocabulário específico, ensinado nos cursos profissionais” (idem, p. 59). Para o autor, essas especificidades não

devem ser ignoradas pelo analista do discurso. Portanto, nesta dissertação são aliados aos conceitos da AD os estudos de teóricos da Comunicação e do Jornalismo.

Pode-se dizer que a distinção das modalidades de relatos dos acontecimentos está ligada ao início das atividades de informação. Em 1702, surge o jornal inglês diário *The Daily Courant*. Mais do que a sua importância por ser o primeiro diário do mundo, o periódico traz uma inovação criada por seu diretor Samuel Buckley, que segundo Chaparro (1998, p. 97), “sem tal intenção introduziu no jornalismo o conceito de objetividade, tornando-se o primeiro jornalista a ocupar-se com o relato preciso dos fatos, tratando as notícias como notícias, sem comentários”. Buckley criou uma estratégia e um estilo que influenciaram todo o jornalismo mundial, separando as notícias (*news*) dos artigos (*comments*), a fim de que as informações não fossem contaminadas e os leitores pudessem refletir por eles próprios.

Chaparro (1998) pondera, ainda, que o sucesso pretendido por Buckley pode não ter sido alcançado, principalmente porque naquela época o artigo era a forma predominante na imprensa e continuou sendo por um bom tempo, porém ele afirma que, no campo da linguagem, o diretor do *Courant* ofereceu importante contribuição para o jornalismo, especialmente por causa da “eficácia resultante do rigor dos conteúdos e da clareza pedagógica que acontece na organização de textos e espaços quando se separam artigos (comentários) das notícias (relatos)” (idem, p. 99).

Para Melo (1994), desde a experiência de Buckley, o jornalismo vem experimentando mudanças significativas com relação à mensagem, pois as transformações tecnológicas e, sobretudo, as alterações culturais, acabam por determinar as suas formas de expressão, que se diferenciam e se adaptam em cada país e em cada universo geocultural.

Sobre a origem dos gêneros no jornalismo, Melo (1994, p.39) pondera que a essência do estilo jornalístico está na “tentativa de fazer o relato do cotidiano utilizando uma linguagem capaz de estar sintonizada com a linguagem de vida”. O autor ressalta ainda que como o “estilo” determina os gêneros, sendo que o primeiro depende de uma relação dialógica do jornalista com seu público, aprendendo sua linguagem e temáticas de interesse, a classificação desses gêneros deve se restringir a universos culturais delimitados. Ele fala também que as instituições jornalísticas por mais que possam assumir uma dimensão transnacional, no que se refere à estrutura de sua operação, acabam permanecendo as especificidades nacionais ou regionais.

Ao revisar a bibliografia do jornalismo, Melo (idem) afirma ser evidente que os estudiosos europeus e mais recentemente os latino-americanos, quase que exclusivamente, são os únicos interessados em identificar os gêneros jornalísticos. Para ele, os pesquisadores

norte-americanos têm maior interesse pela descrição e interpretação de processos no jornalismo ou pela apreensão de suas tendências concretas.

No Brasil, Luiz Beltrão⁴ foi pioneiro no ensino e no estudo sistemático do jornalismo, inclusive implantando e dirigindo cursos em Recife e Brasília. Ex-aluno de Luiz Beltrão, Marques de Melo aponta que, entre os pesquisadores brasileiros, seu professor foi o único que se preocupou em sistematizar e classificar o texto jornalístico:

Outros estudiosos fizeram incursões no campo, mas não trataram de oferecer suporte taxionômico nem tampouco de confrontar diretamente suas reflexões com a prática profissional, Juarez Bahia⁵ e Luiz Amaral⁶ apresentam noções técnicas sobre os gêneros, preocupados menos com a sua configuração conceitual ou as peculiaridades que assumem em nosso país, e mais interessados em explicar como tais “matérias” são elaboradas. Cremilda Medina⁷ faz algumas digressões sobre o problema de classificação das mensagens jornalísticas (gêneros, categorias), levantando as tendências correntes na bibliografia nacional e estrangeira, mas não aprofunda, nem dá seqüência à discussão. [...] Por sua vez, Mário Erbolato⁸ empreende uma tarefa apreciável no sentido de organizar didaticamente as noções usuais no processo de codificação jornalística, atendendo-se à classificação do jornalismo em categorias funcionais, mas não relacionando essas categorias com os gêneros correspondentes (MELO, 1994, p.57-58).

Então, será Beltrão que, pela primeira vez, sistematiza e classifica os gêneros jornalísticos em três categorias: a) Jornalismo Informativo, que abrange a Notícia, a Reportagem, a História de Interesse Humano e a Informação pela Imagem; b) Jornalismo Interpretativo, com a Reportagem em Profundidade; e c) Jornalismo Opinativo, onde se enquadram o Editorial, o Artigo, a Crônica, a Opinião Ilustrada, e a Opinião do Leitor.

O autor adotou um critério funcional, ao separar os gêneros segundo as funções que eles devem desempenhar junto ao público, que seriam: informar, explicar e orientar. Melo (idem) discorda do seu mestre em alguns pontos. Com relação aos gêneros reportagem e reportagem em profundidade, diz que pela descrição das técnicas de captação, redação, edição e pelos modos de expressão, os dois gêneros deveriam ser considerados como espécies de um mesmo, a Reportagem. Assim como a classificação de História de Interesse Humano como gênero autônomo. Para o estudioso, na prática o jornalista retoma um fato que já foi notícia, redimensiona-o e humanizando-o, com o objetivo de despertar o interesse e a atenção do público. Portanto, não há nada que o diferencie da reportagem.

⁴ Os estudos de Luiz Beltrão sobre gêneros estão descritos, principalmente, nos livros *Imprensa Informativa*, de 1969; *Jornalismo Interpretativo*, de 1980; e *Jornalismo Opinativo*, de 1980.

⁵ BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. 3 ed. São Paulo: IBRASA, 1972.

⁶ AMARAL, Luiz. *Técnica de jornalismo e periódico*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969.

⁷ MEDINA, Cremilda. *Notícia, um produto à venda*. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.

⁸ ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação no jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 1978.

Beltrão atribui autonomia à fotografia e a outros recursos que informam através da imagem. Neste ponto, Melo (idem, p. 61) também discorda da interpretação de que a imagem em si caracteriza um gênero jornalístico dizendo que “a fotografia ou o desenho são perfeitamente identificáveis como notícias, como complemento das notícias ou como reportagens”. Ao questionar o gênero opinião do leitor, ele pontua que:

Além da carta ele se refere a outras modalidades que permitem a participação do público no discurso jornalístico – entrevista, depoimento, enquête. Parece-nos que existe aí uma certa confusão entre o discurso autônomo do leitor na estrutura do processo jornalístico e os mecanismos utilizáveis para captar informações ou opiniões na sociedade. Nesse caso, as enquetes e os depoimentos seriam instrumentos de captação, que tomam forma no discurso manifesto através das notícias ou das reportagens. O mesmo acontece com as entrevistas, a não ser que estas assumam a natureza de um relato onde jornalista e entrevistado se confrontem através da reprodução de suas próprias palavras (MELO, 1994, p.61).

Apesar de discordar desses critérios, Melo (1994), ao propor outra classificação dos gêneros, toma como referência os apontamentos de Beltrão. Para tanto, ele adota dois critérios. No primeiro, agrupa os gêneros em categorias que equivalem à intencionalidade dos relatos, identificando duas vertentes: a reprodução do real (observação da realidade e a descrição daquilo que é apreensível à instituição jornalística) e a leitura do real (análise da realidade e a sua avaliação possível dentro dos padrões que dão fisionomia à instituição jornalística):

O jornalismo articula-se portanto em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que passa). Daí o relato jornalístico haver assumido duas modalidades: a descrição e a versão dos fatos. Esse relato só adquire sentido no confronto como destinatário: é aí que reside a autonomia do processo jornalístico – na liberdade que tem o receptor de escolher o que quer saber e através de que meios cai concretizá-lo. [...] Reside aí à bifurcação que identificamos no bojo do relato jornalístico e que chamaremos, para utilizar as expressões correntes, de jornalismo informativo e de jornalismo opinativo (MELO, 1994, p. 63).

No segundo critério, o autor busca identificar os gêneros a partir da sua natureza estrutural de relatos observáveis nos processos jornalísticos, considerando a articulação que existe entre os acontecimentos (real), a sua expressão jornalística (relato) e a apresentação pela coletividade (leitura).

Partindo dessas premissas, Melo (idem) propõe a seguinte classificação, em duas categorias: Jornalismo Informativo, incluindo os gêneros nota, notícia, reportagem e entrevista; e o Jornalismo Opinativo, com os gêneros editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta.

A seguir, apresentamos como o estudioso define cada um dos gêneros classificados na categoria Jornalismo Informativo:

- Nota: corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração.
- Notícia: relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social.
- Reportagem: relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística.
- Entrevista: um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade.

Com relação aos gêneros classificados na categoria Jornalismo Opinativo, ele faz os seguintes apontamentos:

- Editorial: expressa a opinião oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão no momento.
- Comentário: ao contrário do editorial, pressupõe autoria definida e permite que o jornalista-comentarista faça uma apreciação valorativa de determinados fatos.
- Artigo: gênero no qual alguém (jornalista ou não) desenvolve uma idéia e apresenta sua opinião.
- Resenha: uma apreciação das obras-de-arte ou dos produtos culturais, com a finalidade de orientar a ação dos fruidores ou consumidores.
- Coluna: um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência.
- Crônica: espaço que os jornais reservam, semanalmente, para o registro do que aconteceu no período, sendo sua redação confiada a escritores (poetas ou ficcionistas).
- Caricatura: representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas e humorísticas, ou forma de expressão artística através do desenho que tem por fim o humor.
- Carta: recurso que o público utiliza para expressar seus pontos de vista, suas reivindicações, sua emoção.

Mais tarde, Melo (1992) identifica algumas especificidades com relação a sua classificação, verificando que havia duas outras formas de discurso que não se encaixavam nos tipos de gêneros por ele definidos. Seria o caso do Serviço, definido como matéria informativa sobre tema variado, redigida de forma breve para dar suporte ao leitor sobre suas decisões de consumo, não se encaixando, portanto, na definição de Nota; e das Enquetes, entrevistas com expressão quantitativa, sem identificação dos interlocutores, que resumem os dados coletados em pesquisas feitas pelo próprio jornal. De qualquer forma, ele revela que sua intenção, ao estabelecer a classificação, era constituir um marco referencial para a pesquisa

empírica, pontuando que algumas de suas hipóteses poderiam não encontrar respaldo na confrontação sistemática da realidade.

Tomando como referencial a proposta de José Marques de Melo, que Chaparro (1998) elabora uma nova classificação, por meio da detecção do surgimento de “espécies” que vão corresponder às “novas expectativas dos leitores” e aos “novos modelos de escrita” para os jornalistas. Essa nova classificação originou-se de investigações sobre a evolução dos gêneros na imprensa brasileira, entre os anos de 1945 e 1995, sendo que neste último realizou um estudo com maior profundidade dos jornais “Folha de S. Paulo”, “O Estado de S. Paulo”, “O Globo” e “Jornal do Brasil”, para, justamente, obter evidências que sustentassem uma nova proposta conceitual e classificativa dos gêneros.

Chaparro (idem, p. 100) afirma que o paradigma opinião/informação, há décadas, vem norteando as discussões sobre gêneros no jornalismo, como critério de classificação e modelo de análise para grande maioria dos autores que tratam do assunto. Para ele, este paradigma é falso, já que “o jornalismo não se divide, mas constrói-se com informações e opiniões”. Segundo o jornalista, não há espaços exclusivos ou excludentes para a opinião e a informação e, isso, torna inútil a utilização desse paradigma como base para classificação das espécies de textos no jornalismo.

O autor considera que, em língua portuguesa, a obra mais importante sobre o tema é a de José Marques de Melo, porém seu estudo reafirma o paradigma, classificando os gêneros em Jornalismo Informativo e Jornalismo Opinativo. Chaparro com base em suas investigações constatou, entre outras evidências, que os conceitos opinião e informação perderam eficácia como critérios para categorização dos gêneros jornalísticos:

Face à dinâmica e ao grau de complicação das interações que o jornalismo viabiliza no mundo actual, já não é possível explicar e entender a acção discursiva do jornalismo pela dicotomia Opinião/Informação. Qualquer leitura de jornal ou revista de grande circulação deixa evidente que as fronteiras entre opinião e informação são destruídas pela inevitabilidade da valoração jornalística, por sua vez influenciada pela interferência interessada e legítima dos vários sujeitos do processo, tanto no relato quanto no comentário da actualidade (CHAPARRO, 1998, p. 110).

A partir de uma reflexão teórica e pela análise estrutural de textos nos jornais impressos brasileiros, ele elaborou uma nova grade classificatória de gêneros do discurso jornalístico, levando em conta duas razões. A primeira está relacionada ao fato de que o discurso jornalístico apresenta duas classes de texto: os que se enquadram nos “esquemas narrativos” e os que se enquadram nos “esquemas argumentativos”. Na segunda, ele aponta

que ocorrem espécies de comentários e relatos que não se enquadram em nenhum desses dois esquemas, como a Charge, a Caricatura – formas claras de comentário; e os Roteiros, Indicadores Econômicos, Previsão do Tempo, Agenda e outras formas utilitárias do jornalismo, que relatam importantes faces da atualidade.

Baseado nisso, esse estudioso propõe a classificação a partir de duas modalidades: Comentário e Relato, sendo que o primeiro agruparia: Espécies Argumentativas e Espécies Gráfico-artísticas, e o segundo, as espécies Narrativas e Práticas.

O autor ressalta ainda que a listagem não foi resultado de elaboração teórica, mas de uma leitura qualitativa dos jornais. Ele chega então à seguinte classificação:

1) Gênero Comentário:

- Espécies Argumentativas: Artigo, Crônica, Cartas e Coluna;
- Espécies Gráfico-Artísticas: Caricatura e charge

2) Gênero Relato:

- Espécies Narrativas: Reportagem, Notícia, Entrevista, Nota e Coluna;
- Espécies Práticas: Roteiros, Indicadores, Agendamentos, Previsão de Tempo, Cartas-consulta e Orientações Úteis.

Nesta dissertação, iremos adotar a classificação proposta por Chaparro (1998) para verificar como os gêneros do discurso jornalístico estão articulados no suporte dos dois veículos impressos “Correio do Estado” e “O Progresso”. Acreditamos que essa classificação é a mais adequada para os objetivos propostos neste estudo, pois aplaudimos o autor no sentido de que a dicotomia entre informação e opinião não deve guiar a categorização dos textos jornalísticos e por acrescentar às classificações dos outros autores citados definições mais abrangentes para a produção do inventário de gêneros proposta nesta pesquisa.

III ARTICULAÇÃO DOS GÊNEROS NO SUPORTE

Os dois jornais analisados nesta dissertação, “Correio do Estado” e “O Progresso”, possuem características similares com relação ao suporte. O primeiro está estruturado basicamente em três cadernos: Caderno A, Caderno B e Classificados. Em alguns dias fixos da semana, oferece aos leitores suplementos: às segundas-feiras, o Correio Rural; às quartas-feiras, o Correio Informática; às sextas-feiras, o Correio Veículos; aos sábados, o Correio Infantil; e aos domingos, o Correio TV. Para os cadernos A e B e para quase todos os suplementos o número de páginas é fixo. A variação ocorre somente no caderno de Classificados e no suplemento Correio Rural, conforme o Quadro 1:

Quadro 1: Variação do número de páginas nos cadernos do “Correio do Estado”

Caderno/Suplemento	Quantidade de páginas
Caderno A	16
Caderno B	8
Classificados	4 a 12
Rural	4 a 8
Informática	8
Veículos	8
Infantil	8
TV	8

Com o *slogan* “Tradição e credibilidade”, o jornal “O Progresso” está estruturado também em três cadernos: A, B e Classificados. Oferece aos leitores suplemento Rural, às quintas-feiras; e aos sábados, circula o caderno DMais em substituição ao Caderno B. Os cadernos possuem número de páginas variado. A saber:

Quadro 2: Variação do número de páginas nos cadernos de “O Progresso”

Caderno/Suplemento	Quantidade de páginas
Caderno A	16 a 24
Caderno B	4 a 6
Classificados	6 a 14
Rural	4
Dmais	8

Na seqüência, apresentamos uma descrição mais detalhada dos dois jornais com relação à estrutura dos cadernos, temas e gêneros, observados nas edições publicadas em uma semana corrida, mais especificamente no período de 25 de setembro (segunda-feira) a 1º outubro (domingo) de 2006.

3.1 O caderno A do jornal “Correio do Estado”

No “Correio do Estado”, o primeiro caderno é composto pela primeira página e as seguintes editorias: Editorial/Artigos, Política, Geral, Brasil/Mundo, Economia e Esportes.

Em sua primeira página, assim como na maioria dos jornais impressos, o “Correio do Estado” traz as chamadas⁹ das matérias de destaque em cada edição. Também é apresentado o resultado de loterias, o índice e, com menos frequência, anúncios.

No período de tempo escolhido, observamos que a manchete principal (aquela que é disposta logo após o cabeçalho) está relacionada a reportagens e notícias publicadas nas editorias de Política ou Geral. Porém, há predominância da primeira, pois das sete edições, cinco possuíam como manchete principal assuntos veiculados em Política e dois em Geral:

- 25 de setembro: “Lula invoca Judas e diz que vence no 1º turno” (Política).
- 26 de setembro: “Auxiliar de Jerson presa com dinheiro e lista de eleitores” (Política).
- 27 de setembro: “Cimento escondia 91 quilos de cocaína” (Geral).
- 28 de setembro: “Ibope e Datafolha dão vitória a Lula” (Política).
- 29 de setembro: “Ausente, Lula vira alvo em debate” (Política).
- 30 de setembro: “Parte do dossiê saiu de MS” (Política).
- 1º de outubro: “Disputa presidencial está indefinida” (Geral).

Com relação à distribuição de espaços na primeira página, as editorias mais privilegiadas também são as de Política e Geral, conforme segue:

Quadro 3: Distribuição de espaços entre as editorias na primeira página

Editoria/Suplemento	Cm/col ¹⁰
Política	694,5
Geral	465,5
Caderno B	120,5
Economia	80,5
Esportes	42
Editorial/Artigos	37,5
Brasil/Mundo	26,5
Informática	9
TV	8

Ao considerar que a primeira página é a mais importante e a responsável, quando o jornal é comercializado em bancas e nas ruas, pela opção de compra e de leitura do consumidor, pode-se dizer que os assuntos que mais interessam ao público-leitor do “Correio

⁹ Chamada é o nome dado ao texto ou conjunto de texto, título e foto, inserido na primeira página do jornal e que remete ao conteúdo publicado nas páginas posteriores.

¹⁰ Cm/col: centímetros por coluna, unidade utilizada para medição do conteúdo publicado no jornal.

do Estado” e são mais importantes estão relacionados a essas duas grandes áreas de cobertura. Isso também fica evidenciado ao somarmos a quantidade de páginas destinadas às duas editorias - entre oito e dez páginas diariamente - representando, 50% ou mais do conteúdo do Caderno A.

Na segunda página, são publicados o Editorial e artigos assinados e enviados ao jornal por profissionais e personalidades de MS e de outros estados brasileiros. Também é colocado o expediente, com os endereços físicos e eletrônicos do jornal, além de nomear os responsáveis pela direção e pelas editorias. Porém, aos domingos, no lugar dos artigos, o jornal costuma publicar seção intitulada Fatos da Semana, espaço destinado a fotografias e notas relacionadas a acontecimentos importantes da semana antecedente. O tema tratado no Editorial foi exclusivamente a realização das eleições de 1º de outubro, porém sem abordar especificamente a disputa regional pelo governo do Estado. Já os artigos trataram de assuntos variados como eleições, questões econômicas e sociais, educação, arquitetura, história e terceiro setor.

Em seguida, o “Correio do Estado” traz a editoria de Política. São, geralmente, três páginas (3, 4 e 5), com assuntos regionais e nacionais sobre a área, tratados em colunas, notícias, reportagens, notas e charges. Alguns gêneros ocupam sempre o mesmo espaço e disposição, por exemplo, a coluna do jornalista Cláudio Humberto na terceira página e as charges na página 4, diariamente. E aos domingos, na quinta página, sempre é publicada entrevista com profissional de destaque ou personalidade.

Outro dado que podemos destacar é a importância da terceira página no jornal, onde estão publicadas as notícias e/ou reportagens mais relevantes sobre Política e muitas vezes a matéria que obteve destaque (a chamada principal) na primeira página da edição. No período analisado, os assuntos tratados na editoria de Política foram eleições regionais e nacionais, fatos do cenário político regional e denúncias e escândalos políticos, a saber:

Quadro 4: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Política

Assunto	Cm/col
Eleições regionais	1.225,5
Fatos do cenário político regional	865
Fatos do cenário político nacional	783
Denúncias e escândalos	732,5
Eleições nacionais	609,4

Nas modalidades Comentário e Relato, os gêneros mais utilizados foram:

Quadro 5: Gêneros mais utilizados na editoria de Política

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	700	Reportagem	1.741,9
Charge	260	Notícia	1.031,5
Carta	72	Entrevista	300
		Nota	111
		Agendamentos	48
Total	1.032	Total	3.232,4

Dentre as editorias que compõem o Caderno A do “Correio do Estado”, a que possui maior número de páginas é a de Geral (entre cinco e sete páginas, por edição). Porém, a sequência das páginas não obedece à ordem numérica, por exemplo, para essa editoria sempre são dispostas as páginas 6 e 7, em seguida é disposta na página 8 a editoria de Brasil/Mundo e depois se volta a abordar os assuntos da editoria de Geral nas páginas posteriores (9, 10, 11). Às segundas-feiras, há uma inversão na ordem e após a editoria de Brasil/Mundo (na página 8), nas páginas 9, 10 e 11 é colocado o conteúdo da editoria de Esportes, para em seguida serem publicados os informes de Geral. Esse fato deve-se ao calendário de disputas das diversas modalidades esportivas, concentrando as partidas durante o final de semana.

No período analisado, os assuntos tratados na editoria de Geral foram eleições, informações sobre questões administrativas dos poderes públicos e que influenciam na rotina e vida dos cidadãos, segurança (decisões das autoridades, crimes, acidentes), problemas e ações voltadas à infra-estrutura e serviços básicos oferecidos à população, como saúde, educação, meio-ambiente, transporte e clima. Segue a distribuição de espaços entre os assuntos:

Quadro 6: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Geral

Assunto	Cm/col
Eleições	4.288,5
Segurança	3.470
Infra-estrutura	1.257
Administração pública	531,5

Quanto aos gêneros mais utilizados nesta editoria, verificamos que são todos classificados como de Relato. Não houve utilização de gêneros da modalidade Comentário, durante o período analisado. A seguir:

Quadro 7: Gêneros mais utilizados na editoria de Geral

Gêneros – Relato	Cm/col
Notícia	4.236,5
Reportagem	3.262
Orientações Úteis	1.370
Nota	852,5
Entrevista	128
Total	9.849

A seção Brasil/Mundo do jornal, sempre é publicada na página 8, são trazidos os principais acontecimentos nacionais e internacionais. É nesta página que também são veiculados os indicadores econômicos com informações sobre cotações do mercado de valores, mercadorias, moedas, índices de salários, juros, tarifas, entre outros. Apesar de haver uma editoria dedicada exclusivamente às informações nacionais e internacionais, percebemos que em outras seções e cadernos também são veiculados assuntos de repercussão e interesse nacional.

Seguem a distribuição de assuntos e os espaços ocupados:

Quadro 8: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Brasil/Mundo

Assunto	Cm/col
Crimes, denúncias e tragédias nacionais	716
Indicadores econômicos	504
Cenário internacional	409
Economia nacional	168
Eleições presidenciais	111
Política nacional	55

Quanto aos gêneros do discurso jornalístico mais utilizados nesta editoria, constatamos que são todos classificados como de Relato. Não houve utilização de gêneros da modalidade Comentário, durante o período analisado. A saber:

Quadro 9: Gêneros mais utilizados na editoria de Brasil/Mundo

Gêneros – Relato	Cm/col
Notícia	899
Reportagem	510
Indicadores	504
Nota	36
Total	1.949

Aos assuntos relacionados à economia regional e nacional, o jornal “Correio do Estado” dedica entre duas e três páginas por edição (13 e 14 ou 12, 13 e 14). A maioria do espaço utilizado é para reportagens e notícias ligadas ao setor econômico do estado. Porém, os textos com âmbito nacional, que têm origem nas medidas econômicas e decisões do governo federal e instituições públicas federais, também ocuparam grande parte do noticiário

econômico. Seguem a relação de assuntos e o espaço dedicado, durante o período de tempo escolhido:

Quadro 10: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Economia

Assunto	Cm/col
Medidas econômicas	1.054
Indústrias	656
Agricultura	276
Comércio	202
Preços	116
Combustíveis	83
Pecuária	83
Processos judiciais	48
Setor imobiliário	48
Mercado de ações e títulos	48
Empregos	42

Os gêneros do discurso jornalístico utilizados para abordagem dos temas foram Reportagem e Notícia, classificadas na modalidade Relato. A primeira ocupou 1.364,5 cm/col e a segunda ficou com 1.404,5 cm/col.

Durante quase todos os dias da semana, a editoria de Esportes ocupa as páginas 15 e 16 do caderno A, trazendo reportagens, notícias e notas sobre as competições regionais, nacionais e internacionais. Às segundas-feiras, no entanto, o noticiário esportivo é trazido para as páginas 9, 10 e 11 e conquista também espaço na primeira página com chamada para o que foi destaque nas disputas do final de semana. Todas as modalidades são abordadas, mas “no país do futebol”, sempre o maior espaço é para os campeonatos, sejam eles locais, regionais ou internacionais.

Como nesta editoria prevalece a cobertura ampla dos principais eventos esportivos, vamos identificar a origem: nacional, internacional e regional. Seguem a relação das modalidades, sua origem e o espaço destinado pelo jornal:

Quadro 11: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Esportes

Assunto	Cm/col
Futebol nacional	1.066
Futebol internacional	600,5
Automobilismo e motovelocidade internacionais	452,5
Tênis internacional	298
Automobilismo e motovelocidade nacionais	152
Futsal regional	139
Vôlei de praia nacional	130,5
Boxe regional	108
Futebol regional	85,5
Atletismo nacional	50
Ginástica internacional	40
Vôlei regional	24

Assunto	Cm/col
Bocha nacional	19
Atletismo internacional	18
Resultados de loterias	26

Verificamos que o maior espaço na editoria de Esportes é ocupado por notícias e notas de origem nacionais e internacionais, com aproximadamente 2,8 mil cm/col. O noticiário regional é ainda tímido e ocupou 356 cm/col do espaço nas edições do “Correio do Estado”, durante o período analisado.

Já em relação aos gêneros do discurso jornalístico utilizados, predomina a Notícia, com 3.010,5 cm/col. Ainda na modalidade Relato, figuram também o gênero nota, com 585,5 cm/col. Na modalidade Comentário, aparece o gênero coluna. Trata-se de um espaço chamado Bola da Vez com nota opinativa sobre assuntos atuais relacionados às várias modalidades. Durante o período observado, o jornal dedicou 96 cm/col da editoria de Esportes ao gênero coluna.

3.2 O caderno A do jornal “O Progresso”

O primeiro caderno é composto pela primeira página e as seguintes editorias fixas: Opinião, Política, Brasil/Mundo e Economia. Na página 8 há uma alternância de editorias, conforme o dia da semana: Arquitetura e Urbanismo, às segundas-feiras; Informática, às terças-feiras; Saúde, às quartas-feiras; Mulher, às quintas-feiras; Turismo, às sextas-feiras; e Veículos, aos sábados. O primeiro caderno ainda contempla três subcadernos. Um deles contém notícias sobre Esportes e Polícia; o outro é intitulado de Cidades e um terceiro chamado Dia-a-Dia.

Em sua primeira página, assim como na maioria dos jornais impressos, “O Progresso” traz as manchetes ou chamadas das matérias de destaque em cada edição. Também é apresentado o resultado de loterias, previsão do tempo, indicadores do mercado econômico, índice e anúncios.

No período de tempo escolhido, observamos que a manchete principal (aquela que é disposta logo após o cabeçalho) está relacionada a reportagens e notícias publicadas nas editorias de Política e Dia-a-Dia. Porém, há predominância da primeira, pois das seis edições, quatro possuíam como manchete principal assuntos veiculados em Política e dois em Dia-a-Dia:

- 25 de setembro: “Pesquisa aponta André eleito no 1º turno” (Política).

- 26 de setembro: “Polícia atuará com isenção no dia das eleições” (Política).
- 27 de setembro: “Cartórios lacram urnas em Dourados” (Dia-a-Dia).
- 28 de setembro: “Greve paralisa abates na Seara” (Dia-a-Dia).
- 29 de setembro: “Carreata de André pára Dourados” (Política).
- 30 de setembro: “Ibope indica vitória de André” (Política).

Com relação à distribuição de espaços na primeira página, as editorias mais privilegiadas são as de Política e Dia-a-Dia, conforme segue:

Quadro 12: Distribuição de espaços entre as editorias na primeira página

Editoria/Suplemento	Cm/col
Política	489
Dia-a-Dia	259,21
Brasil/Mundo	125
Polícia	87
Cidades	68
Caderno B	46
Esporte	12
Economia	5
Opinião	6

No jornal “O Progresso”, os conteúdos correspondentes às editorias de Política e Dia-a-Dia ocupam a maior área (cm/col) e também a maior quantidade de páginas - entre sete e 11 páginas diariamente – representando aproximadamente 50% do conteúdo do Caderno A.

Na segunda página, são publicados o Editorial, artigos assinados e enviados ao jornal por profissionais e personalidades e o expediente. Os temas tratados no Editorial abordaram as eleições, crimes virtuais, greves e saúde pública. Os artigos trouxeram como temas: eleições, economia, cultura, direitos dos cidadãos e religião, cenário político e nacional, profissões, comportamento e questões sociais.

Em seguida, “O Progresso” traz a editoria de Política. São, geralmente, três páginas (3, 4 e 5), com assuntos regionais e nacionais sobre a área, tratados em colunas, notícias, reportagens, notas e charges. Porém, no período analisado, a editoria chegou a ocupar cinco páginas do caderno. Alguns gêneros apresentam sempre a mesma disposição, por exemplo, a coluna Informe C, assinada por Cícero Faria, a seção de notas intitulada Bate Rebate e o Informe Cururu na quarta página. Há também as colunas Carrossel, de Vander Verão e Conjuntura, de Williams Araújo, e os quadrinhos *In vino veritas* que tanto aparecem na página três, como na página cinco, dependendo do dia da publicação.

Outro dado que podemos destacar é a importância da terceira e quinta página no jornal, na qual estão publicadas as notícias e/ou reportagens mais relevantes sobre política e

muitas vezes as matérias que obtiveram destaque (a chamada principal) na primeira página da edição. No período analisado, os assuntos tratados na editoria de Política foram eleições regionais e nacionais, fatos do cenário político regional e denúncias e escândalos políticos. A saber:

Quadro 13: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Política

Assunto	Cm/col
Eleições regionais	3.927,5
Eleições nacionais	1.011
Fatos do cenário político regional	1.541
Denúncias e escândalos	482
Fatos do cenário político nacional	55

Nas modalidades Comentário e Relato, os gêneros mais utilizados foram:

Quadro 14: Gêneros mais utilizados na editoria de Política

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	1.055,5	Reportagem	2.444,5
		Notícia	1.949
		Orientações Úteis	696
		Nota	183
Total	1.055,5	Total	5.272,5

À editoria de Economia, o jornal “O Progresso” dedica uma página. Porém, no período analisado, houve supressão dessa editoria em todas as edições, com exceção da que circulou no dia 25 de setembro. Observamos também que alguns assuntos, considerados da área de economia estão distribuídos nos subcadernos de Cidades e Dia-a-Dia.

Ao voltarmos para a única página específica da editoria de Economia, publicada no dia 25, observamos que o assunto em foco foi implantação de indústria no interior de MS, tratado por meio do gênero reportagem e que ocupou 133 cm/col da página.

Na seção Brasil/Mundo do jornal, sempre publicada na página 7, são trazidos os principais acontecimentos nacionais e internacionais. Porém, assim como ocorreu com a editoria de Economia, essa editoria também foi suprimida em quatro dos seis dias de publicação analisados. Apesar de haver uma editoria dedicada exclusivamente às informações nacionais e internacionais, vimos que em outras seções, como Política, são veiculados assuntos de repercussão e interesse nacional.

Seguem a distribuição de assuntos e os espaços ocupados:

Quadro 15: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Brasil/Mundo

Assunto	Cm/col
Eleições	177
Escândalos e crimes	176,5

Os gêneros do discurso jornalístico mais utilizados nesta editoria são todos classificados como Relato. Não houve utilização de gêneros da modalidade Comentário, durante o período analisado. A saber:

Quadro 16: Gêneros mais utilizados na editoria de Brasil/Mundo

Gêneros – Relato	Cm/col
Reportagem	288
Notícia	65,5
Total	353,5

Ao analisar as publicações durante a semana corrida, a cada dia o jornal “O Progresso” dedica um assunto específico a ser tratado na página 8 de seu primeiro caderno, como relatamos anteriormente.

Na página de Arquitetura e Urbanismo, foi tratado um único assunto em reportagem sobre paisagismo. Na página de Informática, duas notícias abordaram problemas enfrentados pelo *site* Google e retenção de verbas para subsidio de equipamentos de informática. Em Saúde, houve apresentação dos temas: cuidados com a voz, envelhecimento e dentição. Ao trazer a editoria de Mulher, o jornal apresenta entrevistas, dicas de culinária, moda e estilo. No espaço dedicado a Turismo, o assunto abordado foi Veneza, na Itália, além de uma coluna com dicas para o turista. Por fim, na página que trata sobre Veículos, foi mostrado o novo lançamento da Mitsubishi.

Nas modalidades Comentário e Relato, os gêneros mais utilizados foram:

Quadro 17: Gêneros mais utilizados na página 8

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	84	Reportagem	470,5
Artigo	53	Notícia	123,5
		Nota	30
		Entrevista	24
Total	137	Total	648

Durante todos os dias da semana, a editoria de Esportes ocupa duas páginas de um subcaderno. Seguem a distribuição de assuntos e respectivos espaços:

Quadro 18: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Esportes

Assunto	Cm/col
Futebol nacional	709,5
Motociclismo e automobilismo local	453,5
Futebol local	330,5
Futsal local	313
Atletismo local	117
Tênis internacional	84,5
Competições especiais locais	64
Boliche local	26
Futebol internacional	26

Constatamos que o maior espaço é ocupado por notícias e notas de origem local ou regional, com aproximadamente 1,3 mil cm/col. O noticiário nacional fica com 709 cm/col e o internacional com apenas 110,5 cm/col.

Em relação aos gêneros do discurso jornalístico utilizados, predomina a Notícia, com 1.882,5 cm/col. Ainda na modalidade Relato, aparecem também os gêneros reportagem, com 136,5 cm/col e indicadores, com 37,5 cm/col. Não foi observada a utilização de gêneros na modalidade Comentário.

A editoria de Polícia ocupa as outras duas páginas do subcaderno é disposta após a editoria de Esportes, trazendo reportagens, notícias e notas sobre crimes (assassinatos, roubos, seqüestros, agressões, prostituição de menores, entre outros), tráfico de drogas, armas e contrabando, eventos ligados a profissionais que atuam na segurança pública e projetos voltados para essa área, acidentes de trânsito e domésticos, escândalos políticos que ocorreram, principalmente na região de Dourados. Seguem a relação dos conteúdos e o espaço destinado pelo jornal a cada um:

Quadro 19: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Polícia

Assunto	Cm/col
Crimes (assassinatos, roubos, prostituição, etc.)	841
Tráfico de drogas, armas e contrabando	585,5
Eventos e projetos	406,5
Acidentes de trânsito	383
Acidentes domésticos	116,5
Escândalos políticos	114
Notícias policiais nacionais	49,5

Vimos que apenas um pequeno espaço foi destinado à repercussão de fatos do cenário nacional (49,5 cm/col). Já em relação aos gêneros do discurso jornalístico utilizados, predomina a Notícia, com 1.966,5 cm/col. Ainda, na modalidade Relato, aparecem também os gêneros nota, com 288,5 cm/col, e reportagem, com 101,5 cm/col. Não foi observada a utilização de gêneros na modalidade Comentário.

A editoria Dia-a-Dia ocupou de quatro a seis páginas de outro subcaderno, trazendo reportagens, notícias e notas sobre o município de Dourados e região. Como o próprio nome da seção diz, são relatados assuntos que envolvem temas rotineiros como educação, economia, saúde, infra-estrutura, entre outros; a saber:

Quadro 20: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Dia-a-Dia

Assunto	Cm/col
Educação	821,5
Eventos	768
Greves/protestos	647,5
Leis e projetos	647
Saúde	469
Eleições	409
Segurança	361
Pecuária	302
Infra-estrutura	246
Agroindústria	124
Tempo (previsão e consequências)	106
Meio ambiente	37

Verificamos que há uma mistura de assuntos que poderiam estar em outras seções como Economia, Caderno B ou Polícia. Porém, essa editoria tem como objetivo reforçar os fatos que acontecem na região, de qualquer natureza.

Já em relação aos gêneros do discurso jornalístico utilizados, temos:

Quadro 21: Gêneros mais utilizados na editoria de Dia-a-Dia

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Carta	11	Notícia	3.541
		Reportagem	1.533,5
		Entrevista	186
		Nota	14
Total	11	Total	5.274,5

A editoria de Cidades contempla outro subcaderno e tem como principal característica registro de fatos que ocorrem nos outros municípios do Estado e inclusive na Capital, Campo Grande. Durante a semana observada, foram contabilizadas matérias contemplando as cidades de Campo Grande, Maracaju, Nova Andradina, Caarapó, Amambaí, Itaquirai, Ivinhema, Jardim, Taquarussu, Rio Brilhante, Ponta Porã, Aral Moreira, Naviraí, Eldorado, Vicentina, Glória de Dourados, Itaporã, Douradina e Jateí. Também são tratados assuntos variados, conforme se pode verificar:

Quadro 22: Relação de assuntos e espaços publicados na editoria de Cidades

Assunto	Cm/col
Eventos	1.595
Intra-estrutura	1.490
Administração pública	769
Educação	519
Ações sociais	475
Eleições	455
Esportes	452
Saúde	411
Processos/denúncias	166
Agropecuária	131

Também constatamos que alguns desses assuntos poderiam se encaixar em editorias como Caderno B, Economia, Política, Polícia e Esportes. Porém, o objetivo é reunir os fatos que ocorreram nos municípios onde o jornal circula em um espaço específico, sejam eles de diferentes áreas. Observamos, ainda, que nas últimas páginas, no subcaderno da editoria de Cidades, há publicação de colunas sociais referentes a eventos e assuntos relacionados aos municípios de cobertura.

Já em relação aos gêneros do discurso jornalístico utilizados, temos:

Quadro 23: Gêneros mais utilizados na editoria de Cidades

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	1.044	Notícia	6.712
		Reportagem	2.263
Total	1.044	Total	8.975

3.3 O caderno B do jornal “Correio do Estado”

O Caderno B do jornal “Correio do Estado” é composto sempre por oito páginas e encartado depois do Caderno A. Seu conteúdo é bastante variado, com reportagens e notícias sobre cultura, arte, música, cinema/televisão/vídeo, turismo, culinária, moda, arquitetura, saúde, entre outros assuntos. Uma característica marcante são os espaços fixos dedicados a colunas, crônicas, orientações úteis e outras informações que não conseguimos classificar ao adotar a tipologia de gêneros do discurso jornalístico apresentada por Chaparro (1998) como uma seção intitulada Resumo de Novelas, história em quadrinhos, palavras-cruzadas, horóscopo e a seção Aniversariando. Para melhor entender como está estruturado o Caderno B, vamos apresentar seu conteúdo e a relação da utilização de gêneros por páginas.

Na primeira página, apresentam-se reportagens e notícias e as chamadas para os principais assuntos que serão abordados. Durante o período analisado foram temas de reportagens e notícias: música, literatura, misticismo, dança, cinema, comportamento e

televisão. A reportagem foi o gênero preferido para construir os textos, com 1.364 cm/col, e o gênero notícia obteve apenas 355 cm/col.

A segunda página está estruturada da forma bem específica, com espaços que não se alteram durante o decorrer da semana. Sempre há uma crônica, artigo ou coluna, história em quadrinhos, palavras-cruzadas, horóscopo e serviços. Segue a relação gênero/espaço observada na segunda página:

Quadro 24: Gêneros mais utilizados na segunda página do Caderno B

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Crônica	340	Orientações úteis	346,5
Coluna	85	Entrevista	82,5
Artigo	85		
Total	510	Total	429

Em todas as edições do “Correio do Estado”, na parte nobre da terceira página (metade superior) do Caderno B, é disposta coluna intitulada Diálogo, assinada pela diretora do jornal Ester Figueiredo. O seu conteúdo é variado e abrange temas políticos, eventos, cultura, bastidores do poder público, entre outros assuntos. Há também a publicação de notícias sobre exposição de artes, ciência, televisão, música, cinema, literatura, entre outros. Assim, durante o período analisado, temos a presença de dois gêneros do discurso jornalístico: Coluna (modalidade Comentário) que ocupou 978 cm/col e Notícia (modalidade Relato) que ocupou 326 cm/col.

A quarta página do Caderno B apresenta uma coluna fixa intitulada Canal Zap com conteúdo sobre televisão, cinema e artistas. Essa é uma página na qual são veiculados muitos anúncios, por isso, em alguns dias da semana, apenas a Coluna é utilizada como gênero do discurso jornalístico. No período observado, verificamos que os assuntos abordados por notícias e reportagens foram: dança, moda, literatura e música. Com relação ao espaço ocupado pelos gêneros, chegamos aos seguintes números: Coluna, 1.068 cm/col; Notícia, 204,5 cm/col, e Reportagem, 61,5 cm/col.

Na página 5, são apresentados assuntos (música, arte, religião, literatura, moda) por meio da utilização de gêneros do discurso jornalístico classificados na modalidade Relato. O gênero com mais espaço foi Notícia (800 cm/col), seguida do Roteiro (259,5 cm/col). No domingo, foi publicada a coluna Gente & Notícia, assinada por Tereza Hilcar, com conteúdo também variado, abrangendo desde bastidores da política a hábitos de personalidades de Mato Grosso do Sul.

A sexta página apresenta a mesma estrutura durante todos os dias da semana. Há espaço intitulado Programação de TV, classificado como gênero Orientações Úteis, que ocupou 343 cm/col durante o período analisado e traz a programação das principais emissoras locais; Roteiro Cultural, classificado como gênero Roteiro, com 630 cm/col, no qual são inseridos os principais acontecimentos culturais; e Cinema, classificado também como gênero Roteiro, com 343 cm/col, com a programação das salas de cinema da Capital.

A modalidade de gênero Comentário foi a que obteve maior espaço na página 7 do Caderno B, durante o período analisado. Esta página possui espaços fixos em determinados dias da semana, por exemplo, às segundas-feiras, a página é intitulada de Justiça e traz assuntos relacionados a leis, processos, cursos, entre outros fatos da área; às quintas-feiras, é publicada a coluna Gente & Notícia, já explicitada acima; aos sábados, a página recebe o nome de Suplemento Cultural e o conteúdo é de responsabilidade da Academia Sul-Mato-Grossense de Letras e aos domingos, é publicada a coluna Giba Um, com conteúdo voltado para a área política e econômica. Nos outros dias, são veiculados anúncios, notícias e artigos. Segue a relação de espaços ocupados pelos gêneros na página:

Quadro 25: Gêneros mais utilizados na página sete do Caderno B

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	499	Notícia	390
Crônica	108	Nota	15
Artigo	221		
Total	828	Total	405

A última página do Caderno B, a página oito, a cada dia da semana apresenta notícias, reportagens, notas e artigos sobre um tema específico. Por exemplo, às segundas-feiras, o tema é Saúde; às terças-feiras, Beleza; às quartas-feiras, Culinária; às quintas-feiras, Turismo; às sextas-feiras, Casa & Cia; aos sábados, Vídeo; e aos domingos, Livros. O gênero que mais obteve espaço, independentemente do assunto, foi Reportagem, com 1.119 cm/col; seguida da Nota, com 496 cm/col; Artigo, com 182 cm/col; e Notícia, com 176 cm/col.

3.4 O caderno B do jornal “O Progresso”

O Caderno B do jornal “O Progresso” circula com número de páginas variável: de quatro a seis durante os cinco primeiros dias da semana. Aos sábados é substituído pelo caderno DMais, com oito páginas. Seu conteúdo é bastante variado e apresenta sempre reportagens e notícias sobre cultura, arte, música, cinema/televisão/vídeo, entre outros

assuntos. Uma característica marcante do Caderno são os espaços fixos dedicados a colunas, crônicas, orientações úteis e outras informações que não conseguimos classificar ao adotar a tipologia de gêneros do discurso jornalístico apresentada por Chaparro (1998) como palavras-cruzadas, resumos de novelas e horóscopo. Para melhor entender como está estruturado o Caderno B, apresentaremos seu conteúdo e a relação da utilização de gêneros por páginas e depois caracterizaremos o caderno DMais.

Na primeira página, apresentam-se uma reportagem e anúncios. Durante o período analisado foram tema das reportagens: eventos, lançamentos de livros e dança, ocupando 669 cm/col.

A segunda página está estruturada da forma bem específica, com espaços que não se alteram durante o decorrer da semana. Sempre há uma coluna – Canal Zap – sobre notícias de artistas e programas de televisão, palavras-cruzadas, horóscopo e resumos de novelas. Com relação ao gênero coluna, ocupou 440 cm/col durante o período.

Nas edições analisadas do jornal “O Progresso”, a terceira página apresentou notícias e reportagens relacionadas a eventos e produtos culturais e sobre turismo. Neste espaço também é disposta a programação dos cinemas de Dourados. No período, pudemos observar a ocorrência da Coluna (modalidade Comentário) que ocupou 100 cm/col, Notícia que ocupou 569 cm/col, Reportagem, com 144 cm/col, e Roteiro que ocupou 196 cm/col (os três classificados como Relato).

A quarta página do Caderno B apresentou, de segunda a quarta-feira, a coluna Adiles (cuja autora é a diretora do periódico) com notas informativas e opinativas sobre os principais acontecimentos sociais, culturais e políticos de Dourados e região. Às quintas-feiras, o colunista de Campo Grande Fernando Soares reproduz sua coluna semanal no jornal “O Progresso” (o mesmo conteúdo é disponibilizado em outros veículos impressos da Capital) e às sextas-feiras foi divulgada reportagem sobre projeto educativo. No período observado, verificamos que o gênero coluna é o que possui maior espaço nesta página, com 790 cm/col, seguido da Reportagem, 157,5 cm/col.

Somente na sexta-feira, o caderno B circula com seis páginas. A página cinco apresentou a coluna de Idenor Soares com notas informativas e fotografias sobre os principais eventos sociais, culturais e políticos de Dourados. E a página seis, apresentou a coluna Adiles, que é veiculada nos outros dias da semana na quarta página. Observamos, então, que o gênero utilizado nessas duas páginas foi Coluna, com 526 cm/col.

Porém, aos sábados, em substituição ao Caderno B, “O Progresso” publica o caderno DMais que também possui o mesmo enfoque, porém é mais diversificado e circula com oito páginas.

Na primeira, sempre há uma chamada para uma das notícias ou reportagens trazidas nas folhas internas. Essa página se caracteriza por fotos ampliadas e pouco texto. Na segunda página, aparecem artigos sobre vários assuntos, por exemplo, na edição analisada foram publicados quatro textos sobre: eleições, relacionamento e comportamento. Esse gênero ocupou 291 cm/col do espaço total.

A terceira página traz reportagem sobre relacionamentos (132 cm/col), notícia sobre misticismo (68 cm/col) e artigo sobre dicas de beleza (100 cm/col). Já a quarta e a quinta página apresentam reportagens sobre dicas de beleza e saúde (399 cm/col).

Na página seis, há novamente o gênero reportagem retratando assunto relacionado às empresas locais – empreendedorismo e outros conteúdos como palavras-cruzadas, resumos de novelas, horóscopo e programação de cinema.

Entrevistas com personalidades da sociedade douradense aparecem na página sete, acompanhadas de notas sobre moda e comportamento. E, finalmente, na página oito, é publicada a coluna Holofote assinada por Blanche Torres, filha da proprietária do jornal Adiles Torres e diretora superintendente do periódico. O conteúdo da coluna abrange fatos culturais, festas, eventos e política.

Seguem os principais gêneros utilizados no Caderno B e DMais:

Quadro 26: Gêneros mais utilizados na página sete do Caderno B e DMais

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	2.076	Reportagem	1.499,5
Artigo	391	Notícia	752,5
		Roteiro	196
		Entrevista	156
		Nota	81
Total	2.467	Total	2.685

3.5 Os cadernos de classificados

Os cadernos de Classificados dos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso” possuem número de páginas variadas. Isso se deve à quantidade de anúncios que são negociados. No “Correio do Estado”, a quantidade varia entre quatro e 12 páginas e, em alguns dias são publicadas também reportagens e notícias sobre ciência, pesquisas, tecnologias, provenientes de agências de notícias nacionais e internacionais, sempre na última

página do caderno. O gênero mais utilizado é Reportagem, com 1.053 cm/col, em seguida aparece a Notícia, com 87 cm/col.

Observamos que no jornal “O Progresso”, geralmente o número de páginas varia entre seis e 14 e, em alguns dias, são publicados artigos. No período analisado, foram identificados artigos que abordaram o tema religião, ocupando 300 cm/col (uma página) do caderno.

3.6 Suplementos oferecidos aos leitores pelo jornal “Correio do Estado”

Em alguns dias da semana o jornal “Correio do Estado” oferece aos leitores suplementos sobre temas específicos.

O Correio Rural, dependendo da semana, sai com quatro ou oito páginas. No período analisado, foram destinadas quatro páginas à publicação de assuntos ligados à agropecuária, principal atividade econômica de Mato Grosso do Sul. Sua estrutura é fixa. Na primeira página sempre são dispostas reportagens e manchetes de conteúdos abordados nas páginas internas. Na segunda página, são publicados artigos e notícias. No restante das páginas, há variação entre notícias e reportagens. Seguem os principais assuntos que foram abordados no suplemento e a relação de espaços ocupados:

Quadro 27: Relação de assuntos e espaços publicados no suplemento Rural

Assunto	Cm/col
Pecuária	192
Controle de pragas	192
Agricultura	166
Turismo	62
Feiras/exposições	45
Ecologia/meio ambiente	45
Cooperativas/agroindústrias	34

Temos os gêneros mais utilizados no suplemento:

Quadro 28: Gêneros mais utilizados no suplemento Rural

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Artigo	105	Reportagem	510
		Notícia	216
Total	105	Total	726

O Correio Informática traz semanalmente reportagens, notícias, indicadores, notas, cartas, artigos sobre os principais lançamentos da área tecnológica, *softwares* e *hardwares*, eventos que interessam ao público específico para qual o suplemento é

direcionado. Com conteúdo publicado em oito páginas, na primeira o leitor entra em contato com as manchetes, os assuntos de destaque. Na segunda página, além de reportagem e artigo, o jornal publica cartas dos leitores com dúvidas sobre funcionamento e operação de aparelhos eletrônicos, assim como as respostas às mesmas, dadas por profissionais de informática e tecnologia. Na página 6, é publicado o Guia do Computador, onde o jornal usa o gênero indicadores para informar ao público os preços e cotações de produtos. As páginas que seguem são ocupadas com reportagens, notas e notícias sobre variados conteúdos.

Seguem os principais assuntos que foram abordados no suplemento e a relação de espaços ocupados:

Quadro 29: Relação de assuntos e espaços publicados no suplemento Correio Informática

Assunto	Cm/col
Operação de softwares	401,5
Jogos	288
Internet	279
Lançamento de softwares	276,5
Lançamento de hardwares e periféricos	159
Eventos	30

Temos os gêneros mais utilizados no suplemento:

Quadro 30: Gêneros mais utilizados no suplemento Correio Informática

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Artigo	90	Reportagem	581
Cartas	84	Nota	409
		Notícia	354
		Indicadores	300
Total	174	Total	1.644

O Correio Veículos também apresenta oito páginas sobre lançamentos, eventos, tabela de preços, peças, serviços, entre outros. Está estruturado da seguinte forma: na página um, há sempre uma reportagem e chamadas para assuntos de destaque; nas páginas 2, 3, parte da 6, 7 e 8, há reportagens, notas e notícias sobre o setor com enfoque local, nacional e internacional, e nas páginas 4, 5 e 6, há tabelas com preços de automóveis de diversas montadoras.

Seguem os principais conteúdos abordados no suplemento e a relação de espaços ocupados:

Quadro 31: Relação de assuntos e espaços publicados no suplemento Veículos

Assunto	Cm/col
Desempenho e lançamento de automóveis	877
Preços de automóveis	759
Desempenho e lançamento de motocicletas	296
Publicações	168
Eventos	125

Os gêneros da modalidade Relato prevaleceram no suplemento:

Quadro 32: Gêneros mais utilizados no suplemento Veículos

Relato	
Gênero	Cm/col
Reportagem	858
Nota	361
Notícia	247
Total	1.466

Pode-se dizer que o Correio Infantil é uma forma de começar a conquistar e fidelizar o leitor desde cedo. Publicado em formato menor que o restante dos outros cadernos – tablóide – neste suplemento identificamos a utilização de gêneros jornalísticos, porém a maioria do seu conteúdo permanece sem poder ser classificada de acordo com as modalidades listadas por Chaparro (1998).

Assim como os outros suplementos, na primeira página encontramos as chamadas dos assuntos em destaque no interior do mesmo. Na segunda página, são publicados desenhos dos leitores mirins que são selecionados do material enviado para a redação do jornal. Na terceira página é publicada uma reportagem sobre comportamento, cuja linguagem e tratamento, direcionam sua leitura aos pais. Repórter Mirim é o título da primeira sessão que aparece na quarta página, com uma reportagem elaborada por uma criança sobre assunto de sua preferência. Ainda nesta página são publicadas as sessões Dicionário, com significado de palavras consideradas de difícil compreensão pelo público leitor e Lançamentos, com informações sobre novos títulos de livros, CDs e DVDs.

Na quinta página, é publicada a sessão Feliz Aniversário, com fotos e datas de aniversários de várias crianças leitoras do jornal. Também são selecionados uma menina e um menino, entre os aniversariantes, cujo perfil será publicado nesta seção. A página 6 é dedicada a passatempos. Na página 7, há novamente uma reportagem seguida de sessão de perguntas e caça-palavras. Na última página, há outra reportagem sobre assunto relacionado às crianças e sessão Mestre-Cuca, com dicas de receitas de comidas e bebidas que podem agradar ao paladar do público-alvo.

Podemos dizer que pela estruturação e conteúdo do Correio Infantil, o maior objetivo da equipe de produção é estabelecer uma comunicação com o leitor, interagindo por meio de brincadeiras e espaços destinados a produção das crianças. O projeto gráfico é totalmente diferenciado dos outros cadernos e suplementos do “Correio do Estado”, com utilização de muitas cores vibrantes, tipo de fonte diferenciada, a fim de chamar a atenção das crianças.

Temos os gêneros utilizados no Correio Infantil:

Quadro 33: Gêneros mais utilizados no suplemento Correio Infantil

Gênero – Relato	Cm/col
Reportagem	208
Notícia	44
Entrevista	44
Nota	36
Total	332

Finalmente, o Correio TV que, assim como o Correio Infantil, é publicado em formato tablóide. Na primeira página, novamente, apresentam-se as chamadas para assuntos de destaque da publicação. Na página 2, são dispostos depoimentos e frases de personalidades do meio artístico sobre os mais variados assuntos. Na página 3, há duas colunas, TV Pop e Teletema sobre programação televisiva e comportamento de atores e atrizes, bem como de outros profissionais que estão diretamente ligados à produção televisiva.

Na página 4, há sempre a publicação de uma notícia e programação das emissoras universitárias locais. Na 5, reportagens e notícias sobre programas, atrizes e atores. Nas páginas 6 e 7, são publicados os resumos dos capítulos que irão ao ar durante a semana nas novelas e resumo dos filmes exibidos na programação da rede aberta. A página 8 sempre é dedicada à entrevista com um ator ou atriz de destaque no período.

No quadro 34, a relação dos gêneros utilizados no suplemento:

Quadro 34: Gêneros mais utilizados no suplemento Correio TV

Comentário		Relato	
Gênero	Cm/col	Gênero	Cm/col
Coluna	140	Reportagem	217,5
Artigo	20	Notícia	115
Total	160	Total	332,5

3.7 Suplemento Rural do jornal “O Progresso”

Às quintas-feiras, o jornal “O Progresso” oferece aos leitores suplemento intitulado Rural, em formato idêntico aos outros cadernos e com quatro páginas destinadas à

publicação de assuntos ligados à agropecuária, principal atividade econômica de MS e da região de Dourados, onde se concentra a maior parte dos assinantes e distribuição do periódico. Na primeira página sempre são dispostas chamadas para matérias que serão abordadas nas páginas internas, que contêm notícias e reportagens. Seguem os principais assuntos e a relação de espaços ocupados:

Quadro 35: Relação de assuntos e espaços publicados no suplemento Rural

Assunto	Cm/col
Pecuária	189
Biotechnology	156
Agricultura	120
Agroindústria	82
Eventos	96

Agora, o rol dos gêneros mais utilizados no suplemento:

Quadro 36: Gêneros mais utilizados no suplemento Rural

Relato	
Gênero	Cm/col
Reportagem	356
Notícia	287
Total	643

3.8 Distribuição de anúncios publicitários

Outro ponto observado foi a distribuição de anúncios nos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”.

Primeiramente, vamos detalhar a distribuição dos anúncios no jornal “Correio do Estado”, começando pelo Caderno A.

Quadro 37: Distribuição de anúncios no Caderno A do “Correio do Estado”

Editoria	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Total (cm/col)
Geral	293	234	461	560	623,5	0	24	2.195,5
Política	478,5	260,5	140	429,5	318	118,5	0	1.745
Economia	127	123	144	231	237,5	12	0	874,5
Esportes	402	0	0	0	21	0	0	423
1ª Página	35	20	20	54	108	0	0	237
Total	1.335,5	637,5	765	1274,5	1308	130,5	24	

Verificamos que os dias com maior veiculação de anúncios foram segunda-feira e sexta-feira e as editorias, como já falamos acima, que mais obtiveram espaço publicitário em suas páginas foram Geral e Política. Anteriormente, ressaltamos que essas duas editorias são

as que possuem maior espaço na primeira página e juntas representam mais de 50% do conteúdo do Caderno A.

A seguir, a distribuição de anúncios nos cadernos A e B e nos suplementos :

Quadro 38: Distribuição de anúncios no Caderno A e B e no suplementos do “Correio do Estado”

Cad./Supl.	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Total (cm/col)
A	1.300,5	617,5	868,5	1.220	1.200,5	1.200,5	24	6.431,5
B	205	500	423	338	404	291	300	2.461
Rural	226	0	0	0	0	0	0	226
Informática	0	0	232	0	0	0	0	232
Veículos	0	0	0	0	90	0	0	90
Total	1.731,5	1.117,5	1.523,5	1.558	1.694,5	1.491,5	324	

Segue a distribuição de anúncios no caderno de Classificados, ao longo da semana:

Quadro 39: Distribuição de anúncios no caderno de Classificados do “Correio do Estado”

Cad./Supl.	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Total (cm/col)
Classificados	3.672	3.366	3.366	3.366	2.448	2.448	918	19.584

Passamos agora para a distribuição de anúncios no jornal “O Progresso”. Em um primeiro quadro vamos apresentar como foram distribuídos os anúncios em cada dia da semana, em cada editoria do Caderno A.

Quadro 40: Distribuição de anúncios no Caderno A do jornal “O Progresso”

Editoria	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Total (cm/col)
Dia-a-Dia	572	465,5	679	575	728	419	3.438,5
Política	183,5	275	182,5	228,5	383,5	0	1.253
Esportes	232	214,5	251	172	193	166,5	1.229
Polícia	132,5	161	113,5	139,5	166,5	248,5	961,5
Temática*	136	174	99,5	144	92	213	858,5
Cidades	20	0	0	34	118	309,5	481,5
1ª página	35	32	52	109	116,5	14	358,5
Brasil/Mundo	120	0	119	0	0	0	239
Economia	165	0	0	0	0	0	165
Total	1.596	1322	1.496,5	1.402	1.797,5	1.370,5	

*Chamamos aqui de editoria temática a página 8 que possui conteúdo variado de acordo com os dias da semana.

Constatamos que os dias com maior veiculação de anúncios foram segunda-feira e sexta-feira e as editorias, que mais obtiveram espaço publicitário em suas páginas foram Dia-a-Dia e Política. Anteriormente, ressaltamos que essas duas editorias são as que possuem maior espaço na primeira página e juntas representam quase de 50% do conteúdo do Caderno A.

A seguir, a distribuição de anúncios nos cadernos A e B e no suplemento:

Quadro 41: Distribuição de anúncios no Caderno A e B e no suplemento Rural do jornal “O Progresso”

Cad./Supl.	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Total (cm/col)
A	1.596	1.322	1.496,5	1.402	2.866,5	1.059	9.742
B	369	399	356	427	370	309,5	2.230,5
Rural	0	0	0	230,5	0	0	230,5
Total	1.965	1.721	1.852,5	2.059,5	3.236,5	1.368,5	

Agora, a distribuição de anúncios no caderno de Classificados, ao longo da semana:

Quadro 42: Distribuição de anúncios no caderno de Classificados do jornal “O Progresso”

Cad./Supl.	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Total (cm/col)
Classificados	1.800	2.400	3.900	2.400	3.000	4.200	17.700

3.9 Distribuição dos gêneros nos jornais

Vamos relacionar os gêneros mais utilizados pelo jornal “Correio do Estado”, no período analisado. Inicialmente listamos os que pertencem à modalidade Relato:

Quadro 43: Distribuição de gêneros no jornal “Correio do Estado”, na modalidade Relato

Gênero	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Total
Notícia	1.447,5	2.147,5	2.350,5	1.947,5	2.637,5	2.428	1.319,5	14.278
Reportagem	2.425	1.360	2.225,5	984,6	1.707,5	971	2.943,5	12.617,1
Nota	146	531	717	205	538	658	182	2.977
Or. Úteis	98,5	98,5	98,5	98,5	98,5	98,5	1045	1.636
Indicadores	84	84	384	84	843	84	0	1.563
Roteiro	161	208	252	176	185,5	185	139	1.306,5
Entrevista	0	0	0	0	128	44	300	472
Total	4.362	4.429	6.027,5	3.495,6	6.138	4.468,5	5.929	34.849,6

Segue o rol dos gêneros utilizados e que pertencem à modalidade Comentário:

Quadro 44: Distribuição de gêneros no jornal “Correio do Estado”, na modalidade Comentário

Gênero	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo	Total
Coluna	407	498,5	382	699	439	401	768	3.594,5
Artigo	261	285	231	150	282	327	20	1.556
Editorial	90	96	96	96	96	90	84	648
Crônica	85	85	85	80	0	108	0	443
Charge	44	50	40	40	42	0	44	260
Carta	0	0	84	0	0	0	0	84
Total	887	1.014,5	918	1.065	859	926	916	6.585,5

Dentre os gêneros do discurso jornalístico utilizados na modalidade Relato, os que se destacam são Notícia e Reportagem. Já na modalidade Comentário, o gênero mais utilizado é Coluna. Constatamos também que o jornal prioriza os gêneros da modalidade Relato (o espaço é quase seis vezes maior do que o destinado ao gênero Comentário).

Na sequência, relacionamos os gêneros mais utilizados pelo jornal “O Progresso”, no período analisado.

Quadro 45: Distribuição de gêneros no jornal “O Progresso”, na modalidade Relato

Gênero	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Total
Notícia	1.975	2.363	3.073	3.215,5	2.970,5	1.528,5	15.125,5
Reportagem	1.523,5	1.703	1.228	1.799,5	1.523	1.449	9.226
Or. Úteis	0	0	0	0	0	686	686
Nota	110	121	66	101,5	69	166	633,5
Entrevista	186	0	0	24	0	156	366
Indicadores	11	75	8	5,5	5,5	43	148
Total	3.805,5	4.262	4.375	5.146	4.568	4.028,5	26.185

Quadro 46: Distribuição de gêneros no jornal “O Progresso”, na modalidade Comentário

Gênero	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Total
Coluna	428	846	795	769,5	1132	289,5	4.260
Artigo	202,5	201	252	502,5	202,5	593,5	1.954
Editorial	54	54	54	54	54	54	324
Charge	18	18	0	0	0	0	36
Carta	0	11	0	0	0	0	11
Total	702,5	1.130	1.101	1.326	1.388,5	937	6.585

Verificamos que os jornais “O Progresso” e “Correio do Estado”, priorizam os gêneros da modalidade Relato (o espaço é quase seis vezes maior do que o destinado ao gênero Comentário). Dentre os gêneros do discurso jornalístico utilizados na modalidade Relato, os que se destacam são Notícia e Reportagem. Já na modalidade Comentário, o gênero mais utilizado é Coluna.

Recuperamos o que caracteriza, segundo Chaparro (1998), os gêneros da modalidade Relato e os da modalidade Comentário. De acordo com o autor, são classificados como gêneros de Relato os textos jornalísticos que possuem esquemas narrativos e como de Comentário aqueles que apresentam esquemas argumentativos. Ao priorizar os gêneros da modalidade Relato, podemos, em um primeiro momento, dizer que os dois jornais estão mais comprometidos em apresentar a narração dos fatos do que uma argumentação e isso auxilia na construção do efeito de sentido de objetividade e imparcialidade que, segundo a linha editorial dos dois veículos, devem estar presentes no noticiário.

Também verificamos que as duas instâncias de produção priorizam os mesmos tipos de gêneros nas duas modalidades: Notícia (relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social) e Coluna (mosaico estruturado por unidades curtíssimas de informação e de opinião, caracterizando-se pela agilidade e pela abrangência). Ao dar prioridade para Notícia, os veículos se comprometem mais com o factual, com o imediato, do que com a contextualização e interpretação dos acontecimentos. Ao dar prioridade para Coluna, que nem

sempre é assinada por pessoas ligadas diretamente aos veículos, mas que obrigatoriamente possuem uma autoria definida, estabelecem prioridade para a expressão de argumentos que não necessariamente representem a opinião do veículo sobre o assunto (já que o gênero onde o veículo de comunicação assume posicionamento e opina sobre fatos ou temas é o Editorial). Os jornais deixam isso bem claro em seus expedientes: no jornal “O Progresso”: “Este jornal expressa sua opinião pelo editorial. As demais opiniões são de responsabilidade de seus autores”; e no jornal “Correio do Estado”: “A redação não se responsabiliza pelos artigos assinados ou de origem definida”.

Passamos para a análise da distribuição dos gêneros com relação ao acontecimento das Eleições de 2006 e dos discursos veiculados na primeira página, reportagens, charges, notícias e colunas, a fim de verificarmos como essas escolhas influenciam no processo identitário dos dois impressos escolhidos.

IV O PROCESSO IDENTITÁRIO DOS JORNAIS E OS GÊNEROS DO DISCURSO

“[...] penso que o trabalho do analista não se limita à descrição. Mesmo porque a descrição tem que ser interpretada. Melhor dizer então que sua finalidade não é descrever nem interpretar mas compreender – isto é, explicar – os processos de significação que trabalham o texto, compreender como o texto produz sentidos através de seus mecanismos de funcionamento” (ORLANDI, 2005, p. 27).

Os veículos de comunicação lidam com uma dualidade: são mediadores de discursos e também possuem uma voz própria, em nome da qual, muitas vezes, adotam estratégias que os fazem aproximar daqueles discursos com os quais se identificam e se afastar daqueles que não se identificam. Esse posicionamento se estabelece seja por meio de interdiscursos, da escolha de conteúdos, da heterogeneidade, da opção por determinados elementos da língua, do espaço concedido aos assuntos e, até mesmo, do silenciamento e da escolha de gêneros, nesse caso específico, de gêneros do discurso jornalístico.

Primeiramente vamos tratar das escolhas de gêneros discursivos para retratar os assuntos referentes aos dois principais candidatos ao governo do Estado – André Puccinelli e Delcídio do Amaral, bem como o espaço dedicado por cada uma das instâncias no suporte do jornal.

Ao analisarmos a escolha de gêneros discursivos para retratar um acontecimento específico e estabelecermos uma comparação com o as opções dominantes em cada jornal, verificamos alterações nos espaços ocupados pelos tipos de gêneros.

Os dois impressos dedicam maior espaço à cobertura da disputa na editoria de Política. Há também alguns textos apresentados nas editorias de Geral (“Correio do Estado”) e Dia-a-Dia e Cidades (“O Progresso”). Ressaltamos que o recorte realizado para análise inclui os jornais publicados no período de 21 de setembro a 11 de outubro de 2006, respectivamente dez dias antes e dez dias depois das eleições e, especificamente, os discursos que citavam um ou outro candidato ou os dois.

Ao contrário do que foi constatado ao analisar a preferência por gêneros em todo o jornal, na cobertura da disputa ao governo, os veículos dedicaram mais espaço ao gênero Reportagem, que aparece seguido da Notícia, da Nota, da Entrevista e de Agendamentos, no “Correio do Estado”; e da Notícia, Entrevista e Nota, no “O Progresso”. O gênero Reportagem é definido como relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística (MELO, 1994), isso quer dizer que há uma melhor contextualização e interpretação se comparado com o gênero Notícia.

O jornal “Correio do Estado” concedeu mais espaço ao assunto em sua primeira página, com chamadas, que citaram os candidatos, inseridas em dez edições (dias 21, 22, 24, 27 e 30 de setembro e 1º, 2, 3, 5 e 11 de outubro), do que o jornal “O Progresso”, cuja primeira página conteve chamadas em oito edições (25, 26, 29 e 30 de setembro e 2, 3, 4 e 7 de outubro).

Mensuramos em unidades de centímetro por coluna os espaços ocupados por gêneros discursivos que citaram os dois candidatos ou um deles apenas. Verificamos que, no jornal “Correio do Estado”, os dois candidatos foram citados em gêneros da modalidade Relato na seguinte ordem de preferência: Reportagem, Notícia, Nota e Entrevista, e na modalidade Comentário, em Charge. No jornal “O Progresso”, há algumas diferenças. Na modalidade Relato, a sequência de preferência é a mesma, porém não houve registro de Entrevista que citasse o nome dos dois e na modalidade Comentário, a preferência foi pelo gênero Coluna.

Ao separarmos os gêneros discursivos que citavam apenas o nome de um dos candidatos, verificamos que os dois veículos de comunicação dedicaram maior espaço ao candidato André Puccinelli.

No jornal “Correio do Estado”, Puccinelli obteve aproximadamente 1,7 mil centímetros por coluna de espaço distribuído pelos gêneros: Reportagem (1,5 mil cm/col), Notícia, Charge, Carta, Agendamentos e Coluna. Já o candidato Delcídio obteve aproximadamente 400 centímetros por coluna de espaço distribuído em Notícia (206 cm/col), Reportagem, Charge, Coluna, Nota e Agendamentos. No jornal “O Progresso”, verificamos que a diferença foi maior. O candidato André Puccinelli foi citado em aproximadamente 3 mil centímetros por coluna entre as modalidades Reportagem (1412 cm/col), Notícia (1247 cm/col), Entrevista, Coluna e Nota. O candidato Delcídio do Amaral foi citado em aproximadamente 800 centímetros por coluna em Reportagem (585 cm/col), Notícia, Coluna e Nota.

Esses números revelam a primeira discrepância ao que o jornalismo prega como imparcialidade. Ao conceder mais espaço a um candidato em detrimento do outro o veículo assume um posicionamento com relação ao acontecimento. Lembramos que estamos considerando nesta pesquisa a definição de posicionamento como a posição ocupada por um enunciador do discurso, aos valores que ele defende e caracterizarão sua identidade social e ideológica.

Segundo os preceitos de objetividade e imparcialidade jornalísticos, os jornais devem atribuir o mesmo espaço a ambos os candidatos. Ao ocupar maior espaço nos dois

jornais, o candidato André Puccinelli poderia ser considerado aquele que possui um discurso mais próximo ao discurso das duas empresas de comunicação? Ao analisarmos somente o aspecto quantitativo não podemos chegar à constatação tão específica. Portanto, encontramos na Análise do Discurso o apoio necessário para responder essa questão e, assim, tentar delinear a identidade enunciativa dos dois jornais. Para isso, procuramos aliar a pesquisa quantitativa à qualitativa, pois ao realizar esse inter-relacionamento conseguimos situar melhor o processo identitário, sem correr riscos de chegar a conclusões baseadas apenas em dados numéricos obtidos por meio do suporte e, sim, que sejam fruto de análises mais aprofundadas sobre e além da materialidade discursiva e suas condições de produção.

Na pesquisa qualitativa o teor de qualquer enfoque que se desenvolva será dado pelo referencial teórico no qual se apóie o pesquisador. De acordo com Triviños (1987) a pesquisa qualitativa tem como principais características: a) o ambiente natural como fonte direta e o pesquisador como instrumento chave; b) ser descritiva: a interpretação dos resultados surge como totalidade de uma observação no contexto onde o fenômeno ocorre; c) busca penetrar na estrutura do fenômeno captando a essência que não aparece à primeira vista, é um processo para descobrir as causas, razões, enfim, compreender o processo evolutivo, já que o pesquisador está preocupado com o processo e não apenas com o resultado; d) tendem a analisar os dados indutivamente; e e) os significados e as interpretações surgem da percepção dos fenômenos vistos no contexto.

Feitas as considerações sobre o espaço, passamos para a análise de gêneros discursivos utilizados pelos jornais para veicular o acontecimento das eleições de 2006. Ressaltamos que, dentre os gêneros coletados, trazemos para análise aqueles com conteúdo relevante para o que propomos nessa dissertação e que foram priorizados pelos veículos na cobertura da disputa entre os dois candidatos, ou seja, na modalidade Relato analisamos o gênero Reportagem, que obteve maior espaço no suporte dos dois periódicos; e, na modalidade Comentário, os gêneros Charge, preferido pelo “Correio do Estado”, e Coluna, preferido pelo jornal “O Progresso”.

Ressaltamos, aqui, que escolhemos as edições dos dois periódicos publicadas no período de 21 de setembro a 11 de outubro de 2006, porém, verificamos que dois dias após a divulgação dos resultados houve um decréscimo na divulgação de conteúdos referentes à disputa e o que foi publicado posteriormente não trouxe contribuição significativa para nossos estudos. Portanto, escolhemos os gêneros que foram veiculados até o dia 3 de outubro e cujas escolhas discursivas foram importantes para traçar o perfil identitário de cada um dos periódicos.

Começamos pelas considerações a respeito das chamadas na primeira página de ambos os jornais, devido à importância desse espaço no sistema de produção do discurso jornalístico.

4.1 Primeira página: os fatos em destaque

A primeira página de um jornal tem grande importância, pois é produzida com a função de chamar a atenção do leitor para os principais assuntos e despertar nele o desejo de compra.

Na rotina de produção do jornal, a primeira página será a última parte a ser definida. Após os processos de apuração e redação, os editores responsáveis por cada área (política, economia, cultura, geral/cidades, entre outras) se reúnem para definir o que será destacado na primeira página e definir o planejamento visual que inclui o tamanho das fontes, as colunas, o tamanho das fotos e quantas chamadas serão publicadas.

Um detalhe importante deve ser considerado: o assunto principal ou chamada principal do jornal sempre estará na metade superior da página, pois o produto (quando em formato *standard*¹¹, como é o caso dos jornais analisados nesta pesquisa), depois de impresso e encadernado, é dobrado ao meio para ser vendido nas bancas ou nos principais pontos de cruzamentos de ruas e avenidas das cidades.

A escolha do espaço a ser ocupado por cada chamada e o tamanho dos títulos e fotografias são estratégias discursivas que nos permitem saber o que é mais importante para o jornal naquela edição determinada, indicando os traços de identidade de cada periódico.

O projeto gráfico¹² do jornal permite que identifiquemos espaços variáveis e espaços fixos em cada página. Na primeira, isso também acontece. Por exemplo, os espaços fixos na primeira página do jornal “Correio do Estado” são os seguintes:

¹¹ Diz-se que um jornal tem formato *standard* quando sua página possui as seguintes medidas: 29,7 centímetros de largura por 53 centímetros de altura.

¹² Projeto gráfico de um jornal é o que define a quantidade de colunas de texto em cada página, a posição das fotografias e outros elementos visuais, os tipos de fontes, as cores que serão utilizadas, o tamanho das fontes para os títulos e textos.

PREVISÃO DO TEMPO

Campo Grande 29°

Norte e Nordeste 33°

Pantanal 33°

Serra de Marajó 29°

Sul 27°

CORREIO DO ESTADO

FUNDADO EM 7 DE FEVEREIRO DE 1954

Ano 53 | Nº 16.393

Segunda-feira, 2 de outubro de 2006

Capital R\$ 130 Outros R\$ 150

Classificados

2.022

anúncios

2.628

ofertas

O cabeçalho

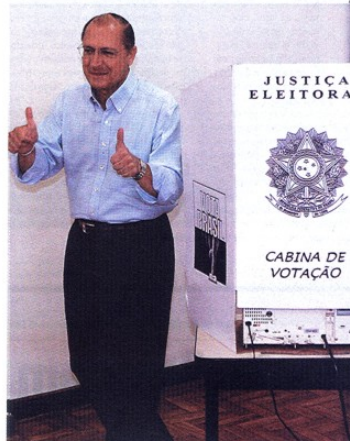
SUCESSÃO

A diferença que separa os dois candidatos é inferior a sete pontos, indicando que a disputa será acirrada até o próximo dia 29, quando ocorre a votação

Lula e Alckmin estão no 2º turno



Lula votou ontem de manhã em São Bernardo do Campo, onde iniciou a carreira



Geraldo Alckmin votou ontem cedo no Morumbi, região nobre de São Paulo

Numa das disputas mais acirradas que o País já acompanhou, Lula e Geraldo Alckmin foram eleitos ontem para disputar a Presidência no segundo turno, no próximo dia 29. O anúncio oficial do TSE foi feito quando 98,06% das urnas estavam apuradas. Lula tinha 48,79% (45.796.036) dos votos válidos; Alckmin (PSDB), 41,43% (38.880.443); Heloisa Helena (PSOL), 6,85% (6.429.759) e Cristovam Buarque (PDT), 2,67% (2.503.027). Lula teria vencido no primeiro turno se tivesse alcançado 50% dos votos válidos mais um voto. Durante toda a apuração, ficou indefinido se de fato ele conseguiria este resultado. Por volta das 21h30min, entretanto, os números já indicavam o segundo turno. O desempenho de Lula teve forte base em votos dos Estados do Nordeste, onde foi beneficiado por resultados como os da Bahia e Pernambuco. Alckmin, porém, além da diferença de cerca de 40 pontos em São Paulo, surpreendeu em Minas Gerais, o segundo colégio eleitoral do Brasil. Lá, Lula tinha 50,72%, e o tucano, 40,68%. **PÁGINA 2A**



Depois da confirmação da vitória para governador, André Puccinelli comemorou com cabos eleitorais e simpatizantes a conquista

André é eleito governador com 61,3% dos votos

Com 276 mil votos a mais que seu principal rival, André Puccinelli (PMDB) foi eleito ontem governador de Mato Grosso do Sul. Ele recebeu 726.806 votos, o que representa 61,3% dos votos válidos, ante 450.747, ou 38%, atribuídos ao senador Delcídio do Amaral, do PT. Pesquisa do instituto Tendência indicava que André teria 64% e Delcídio 35%, conforme levantamento publicado ontem pelo *Correio do Estado*. André Puccinelli acompanhou a apuração no TRE até o encerramento e depois, no discurso de comemoração, pregou a conciliação com partidos adversários, prometendo fazer uma administração municipalista e desenvolvimentista durante os próximos quatro anos. **PÁGINAS 3, 4 E 5A**

Marisa Serrano é a 1ª mulher de MS a chegar ao Senado

Ex-professora e vice-prefeita de Campo Grande, Marisa Serrano foi eleita ontem a primeira senadora por Mato Grosso do Sul, com 607.584 votos, o que representa 53,2% dos votos válidos. Pesquisa do instituto Tendência indicava que ela atingiria 58% dos votos válidos. O vice-governador, Egon Krakhecke (PT), obteve 456.363, o equivalente a 40% dos votos. A pesquisa publicada ontem pelo *Correio do Estado* indicava que o petista atingiria 34%. O terceiro colocado, João Leite Schimidt, ficou com 59.594, ou 5,2%. Com a ida de Marisa para o Senado, o presidente da Câmara acumulará a função de vice-prefeito. **PÁGINA 6A**

O Índice

EDITORIAL	
Lula Reflexões para o Segundo Turno, sobre o quão próximo a vitória de Lula e o quão adversas as condições para o ex-governador de São Paulo. PÁGINA 2A	
ÍNDICE	
Ponto de Vista/Política	2
Política	3, 4, 5, 6, 7
Brasil/Política	8, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Esporte	16
Cadernos	17
Classificados	12 páginas
Correio Rural	A páginas

RENOVAÇÃO

MS escolhe onze novos deputados e reprovete sete

Dos 24 deputados estaduais eleitos ontem no Estado, onze são novos, o que representa renovação de quase 45%. E os dois campeões de votos, Reinaldo Azambuja (PSDB) e Paulo Duarte (PT), estão na lista dos recém-eleitos. Sete dos 20 parlamentares foram reprovados nas urnas e 13 foram reeleitos. Dos veteranos, Londres Machado obteve a maior votação e garantiu seu décimo mandato consecutivo para a Assembleia. Entre os eleitos, há apenas uma mulher, Dione Hashikawa. **PÁGINA 7A**

SANGUESSUGA

Só Grandão não é reeleito para a Câmara Federal

Envolvido no escândalo dos sanguesugas, o deputado federal João Grandão (PT) é o único dos atuais representantes do Estado na Câmara Federal que não foi reeleito ontem. Por conta disso, seu partido, o PT, conquistou apenas duas vagas, ante as três que tem atualmente. Como Murilo Zauith não disputou a reeleição, sobram duas vagas, que serão ocupadas por Dagoberto Nogueira (PDT) e Waldir Neves (PSDB), que atualmente estão na Assembleia Legislativa. **PÁGINA 6A**

ISA O

André vence em 71 dos 78 municípios

Apesar de ter obtido vitória folgada, André Puccinelli não conseguiu os 15 a o que prometera. Ele esperava vencer nos 78 municípios, inclusive na terra do senador Delcídio do Amaral, onde ficou com apenas 36%, contra 82%. No total, André venceu em 71 municípios, sendo que a maior vantagem conquistou em Figueirópolis, com 85,4% dos votos válidos. **PÁGINAS 3, 4 E 5A**

EVOLUÇÃO

Câmara da Capital elege 4 deputados

PÁGINA 7A

INDEFINIÇÃO

Dez Estados decidem eleição só no 2º turno

PÁGINA 8A

No jornal “O Progresso” também observamos elementos fixos:

Ford Via Sul
VEÍCULOS
DOURADOS (67) 3416-6000
PONTA PORÁ (67) 3431-6611
ANO 56 Nº 9.851

O PROGRESSO
TRADIÇÃO E CREDIBILIDADE
★★★★★
DOURADOS/MS QUARTA-FEIRA 4/10 DE 2006
R\$ 1,00
Diretor-presidente: Adilson de Amaral Torres

PROMOÇÃO DecaPorDeca
CAMPO DE BOLA E BOLA
BÔNUS DE 10%
NA COMPRA DE LANCIA IDEAL
Bigolin

Jovem é morto com cinco tiros no BNH 4º Plano
POLÍCIA 3

Idoso morre depois de cair de bicicleta
POLÍCIA 4

Jovem é baleado em troca de tiros com investigador
POLÍCIA 4

Azambuja surge como nova força política
Campeão de votos nas eleições para deputado estadual em 1º de outubro, com o slogan “A Nova Força do Estado”, Reinaldo Azambuja (PSDB) defende mudanças na relação institucional entre os poderes como forma de auxiliar o governo de André Puccinelli (PMDB) em 2007, além de uma nova mentalidade de atuação na Assembleia Legislativa. Em entrevista ao jornal O PROGRESSO, o ex-prefeito de Maracaju fala de seus planos para o futuro. **Página 3**

Bancários ameaçam parar atendimento
O Comando Nacional dos Bancários convoca a categoria a referendar, amanhã em assembleia, a greve por tempo indeterminado. A decisão foi comunicada aos sindicatos, depois de fracassada a negociação entre bancários e patrões. Em Dourados, a categoria tem assembleia hoje às 18h30 na sede do sindicato. De acordo com o diretor de Imprensa, Edgar Alves Martins, com o referendo à greve geral, será impossível manter até mesmo o serviço de auto-atendimento nas agências e ruas, o que em pouco tempo vai deixar a população sem dinheiro. Durante a negociação, esteve na sede da Fenaban em São Paulo, os banqueiros ofereceram 2,83%, índice equivalente à inflação medida nos últimos 12 meses pelo INPC; Participação no Lucro e Resultados (PLR) de 80% sobre o salário e mais R\$ 823 de parte fixa. **Diário-Dia 3**

PL deverá ter participação no novo governo
O presidente da Assembleia Legislativa de Mato Grosso do Sul, Londres Machado (PLA), disse ontem que seu partido terá participação no futuro governo de André Puccinelli (PMDB), em 2007. Durante entrevista à imprensa, pela manhã, Londres falou sobre vários temas, entre os quais, a realização do segundo turno das eleições para presidente da República, cláusula de barreiras, eleição da futura Mesa Diretora da Casa, Orçamento do Estado para 2007 e base de sustentação do governo. **Página 5**

Onça abatida em Corumbá é empalhada
A Polícia Militar Ambiental taxidermizou (empalhou) a onça-pintada que teve que ser abatida, quando colocava em risco populares de um bairro em Corumbá. Em uma parceria com a Universidade Católica Dom Bosco-UCDB, taxidermistas da Polícia Militar Ambiental aproveitaram a onça para dar instrução aos alunos dos cursos de biologia e veterinária da UCDB e Uniderp, em um curso que teve duração de 50 horas (duas semanas) encerrado ontem. **Polícia 4**

Cidades
■ **Municípios vão mapear as granjas avícolas**
CIDADES 1
■ **MS leilão 186 imóveis em 29 cidades**
CIDADES 2
■ **Secretário mostra ações na saúde de Maracaju**
CIDADES 2

Prefeitura quer fechar o cerco contra infratores
A Prefeitura de Dourados promete fechar o cerco contra os motoristas infratores. A decisão foi anunciada depois de mais três pessoas morrerem em acidentes, no último final de semana. De janeiro até agora 23 pessoas perderam a vida em ocorrências apenas no perímetro urbano da cidade. Se forem somadas as mortes nas rodovias que cortam o município, o número sobe para 40. O levantamento é do departamento de trânsito. **Diário-Dia 4**

Por que anuncio no Jornal O PROGRESSO?
“Anunciamos no jornal O PROGRESSO, pela credibilidade e transparência adquiridas em todos esses anos, e também por saber do retorno garantido que alcançamos junto aos nossos clientes com essa parceria”
Diane Zanoni Fontes
(0281 Comunicação Ltda)

Tempo
Previsão para o dia 04/10/2006: tempo parcialmente nublado, com possibilidade de chuva em todo o Estado. Temperatura máxima: máxima 27°C e mínima 18°C - vento: direção: NE-N - intensidade: fraco/moderado. Para o dia 05/10/2006: tempo parcialmente nublado, com possibilidade de chuva em todo o Estado. Temperatura máxima: máxima 27°C e mínima 18°C - vento: direção: NE-N - intensidade: fraco/moderado. Para o dia 06/10/2006: tempo parcialmente nublado, com possibilidade de chuva em todo o Estado. Temperatura máxima: máxima 27°C e mínima 18°C - vento: direção: NE-N - intensidade: fraco/moderado.

Mercado
INDICADORES **Página 8**

Loteria
QUINA - Concurso 1689
40 - 47 - 53 - 49 - 35

Índice
Cotação A **Página 4**
Dólar 2 x 4
Petrobrás 1 x 4
Bovespa 3 x 4
Economia 1 x 4
Brasil 1 x 4
Cotação B **Página 4**
Dólar 2 x 4
Petrobrás 1 x 4
Bovespa 3 x 4
Economia 1 x 4
Brasil 1 x 4

Dourados Agora
Informação toda hora!

Dança de Salão
NOVA TIJOLINA
INICIANTE
5 DE OUTUBRO
QUINTA-FEIRA DAS
19H ÀS 21H
(67) 3421-0018
R. Cláudio F. de Almeida, 197

→ O cabeçalho

Previsão do tempo, indicadores econômicos, índice, entre outros

O que mais nos interessa investigar, com relação à primeira página, é que ela é elaborada de maneira mais persuasiva para que o leitor seja atraído pelo seu conteúdo e compre o jornal e, além disso, por meio da observação do que é alocado no suporte, podemos

ter idéia do conteúdo que é mais significativo e tem mais valor para cada um dos veículos de comunicação impressos.

Trata-se do primeiro momento no qual o jornal interpela o leitor. É o primeiro passo para se realizar ou não o contrato de comunicação. Lembramos aqui que, adotamos o conceito de contrato como aquilo que vai permitir aos atores do processo de comunicação reconhecerem suas identidades, a finalidade e a relevância das circunstâncias que os envolvem.

Como na imprensa escrita esse processo se estabelece entre dois sujeitos relativamente distantes (já que não há presença física), em que o tempo do acontecimento e o tempo de sua publicação é defasado, os jornais utilizam estratégias para chamar a atenção do leitor. Os destaques apresentados na primeira página fazem parte disso. Como vimos anteriormente, os dois candidatos foram citados em chamadas de primeira página em ambos os jornais. Porém, o jornal “Correio do Estado” concedeu mais espaço e abordou o assunto com maior frequência do que o jornal “O Progresso”.

Nas análises que seguem, podemos perceber a heterogeneidade e os interdiscursos presentes no discurso dos dois impressos. A heterogeneidade de um discurso é indicada pela presença de outros discursos, que são atribuídos a fontes diferenciadas da instituição enunciativa. Pode ser chamada de marcada, quando conseguimos localizar os outros discursos no fio do discurso analisado (por exemplo, o uso das aspas do discurso indireto ou direto); ou constitutiva, quando o discurso é dominado pelo interdiscurso (AUTHIER-REVUZ, 1990). O interdiscurso, segundo Maltidier (2003), vai além do “já dito” e designa qual “o espaço discursivo e ideológico no qual se desdobram as formações discursivas em relação com as formações dominação, subordinação, contradição” (idem, p. 51). A autora acrescenta que o interdiscurso irá impor ao sujeito do discurso, de forma dissimulada, o seu assujeitamento em forma de autonomia.

No dia 21 de setembro de 2006, a manchete principal da primeira página no “Correio do Estado” é “Desembargador assume o governo” (Anexo 5/CD). O veículo utiliza, ainda, um recurso chamado subtítulo com o seguinte conteúdo “Formalidade: Claudionor Abss Duarte ficará no cargo durante 12 dias, período em que José Orcírio **pretende dedicar-se** à campanha eleitoral e tentar ajudar o petista Delcídio”. No texto, novamente, o jornal menciona que o desembargador assume o governo do Estado no lugar de José Orcírio “que se licenciou para **se dedicar exclusivamente** à campanha de Delcídio do Amaral (PT) ao Governo”. Também há presença da heterogeneidade marcada: “Em seu discurso, José Orcírio afirmou que vai **se dedicar ‘de corpo e alma, 24 horas por dia’** a este projeto”.

O jornal, ao usar repetidamente as expressões **dedicar-se, se dedicar exclusivamente e se dedicar de corpo e alma, 24 horas por dia** produz um efeito de sentido que reforça o empenho do então governador para tentar reverter os resultados das pesquisas que já indicavam a preferência da maioria do eleitorado pelo outro candidato, André Puccinelli.

De acordo com Marcuschi (1991, p.75) “apresentar ou citar o pensamento de alguém implica, além de uma oferta de informação, também certa tomada de posição diante do exposto”. O autor relata em seu artigo sobre os verbos introdutores de opinião que a imprensa, ao reproduzir os discursos, principalmente, de políticos, se submete a um sistema de formulações que não apresenta neutralidade, pois os verbos escolhidos agem sobre os conteúdos “dando-lhes uma intencionalidade interpretativa com características ideológicas” (idem, p.74).

O verbo **afirmar**, que significa “dizer ou declarar com firmeza, asseverar” (FERREIRA, 1999, p.63), segundo Marcuschi, pertence a um grupo de verbos fortes e dominadores, entre eles: reiterar, sentir, classificar, destacar, etc., e é classificado como verbo indicador de posições oficiais e afirmações positivas. No recorte analisado, o jornal ressalta o empenho do governador por meio da escolha do verbo **afirmar**, ao introduzir o discurso oficial¹³ de Orcírio, ao invés de qualquer outro verbo de elocução mais pretensamente neutro ou considerado mais fraco como falar ou dizer.

O jornal “O Progresso” traz chamada na primeira página sobre o assunto, porém não faz referência ao nome de nenhum dos dois candidatos e não ressalta o empenho do governador licenciado em apoiar o candidato Delcídio: “O governador licenciado, Zeca vai se dedicar à campanha do partido em todo o Estado”. Tratou-se do mesmo fato, abordado de forma diferente por esse periódico que optou por não relatar o empenho do governador licenciado na campanha do candidato petista. Essa escolha, longe de ser neutra, reflete um posicionamento ideológico do periódico frente ao acontecimento.

“André *invade* palanque de Delcídio” foi uma das chamadas estampadas pelo “Correio do Estado” na edição do dia 22 de setembro (Anexo 6/CD) para relatar que os dois candidatos participaram das comemorações do aniversário do município de Corumbá, administrado pelo PT e cidade natal do candidato Delcídio do Amaral. Analisamos nesta

¹³ Marcuschi (1991, p. 80) caracteriza o discurso de poder em três níveis: o discurso oficial, representado pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, além do poder militar e as opiniões do partido do governo e seus representantes; discurso para-oficial: produzido por certas instituições vinculadas ao poder oficial (indústria, comércio, universidades, instituições governamentais que estão fora dos três poderes); e discurso da oposição: produzido pelos partidos de oposição, sindicatos patronais e instituições que fazem oposição ao governo.

chamada duas escolhas: **palanque de Delcídio** e **invadiu**. Primeiramente, o palanque a que se refere o jornal tratou-se do local destinado pela organização do evento para a permanência de autoridades presentes à cerimônia, que incluiu, entre outras atividades, desfile cívico, e não a um palanque de comício ou ainda **palanque de Delcídio**. Destacamos também o uso do verbo **invadir** para relatar a ação do candidato André Puccinelli de subir ao palanque e lá permanecer para assistir às comemorações. Em Ferreira (1999, p.1131), o verbo **invadir** significa “entrar à força ou hostilmente em” e não seria o verbo mais indicado para relatar o que ocorreu naquela situação, pois em nenhum momento Puccinelli invadiu o palanque. Ao optar pelo uso do verbo **invadir** aliado à expressão **palanque de Delcídio**, o jornal gera um efeito de sentido negativo à ação e que se torna também desfavorável à imagem do candidato Puccinelli. Mas, ao mesmo tempo a publicação se isenta, pois utiliza **invade** em itálico no título e **invadiu** entre aspas no texto da chamada, o que pode ser interpretado como uma expressão que foi utilizada por uma pessoa que não está identificada no texto. Podemos constatar que a heterogeneidade presente em certos gêneros do discurso jornalístico acaba provocando um efeito de sentido contrário à objetividade pregada em sua linha editorial, marcando o seu posicionamento frente ao acontecimento.

A foto que ilustra a chamada deixa transparecer nas feições dos dois candidatos expressão de ironia, porém não ilustra a invasão apontada pelo discurso, que também é amenizada pela utilização do verbo **dividir** na legenda da fotografia: “Os candidatos André Puccinelli e Delcídio do Amaral **dividiram** o palanque ontem em Corumbá”. Porém, outro enunciado reforça a construção de uma imagem negativa do candidato Puccinelli: “A presença de André gerou confusão e constrangimento. Dois dias depois de xingá-lo de filho da p..., André **foi cumprimentar** Delcídio. José Orcírio virou as costas para André e saiu sem esconder a irritação”. Outra escolha que deve ser analisada é **foi cumprimentar** ao invés de cumprimentou, que possibilita uma aproximação temporal entre as duas ações contraditórias: xingar e cumprimentar, reforçando o efeito de sentido de que o candidato André Puccinelli além de invadir o palanque teve uma atitude provocativa e quis ir cumprimentar o seu adversário.

“O Progresso” não destaca o assunto em chamada de primeira página, apenas com reportagem que será analisada posteriormente e isso também é um indicativo da postura que assume com relação ao acontecimento e que se tornará mais evidente no decorrer das análises.

No dia 24 de setembro, o “Correio” traz como manchete principal o resultado de pesquisas eleitorais: “André **amplia** vantagem sobre Delcídio” (Anexo 7/CD). Verificamos a utilização do interdiscurso científico para provocar um efeito de sentido de objetividade, pois

o discurso aparece repleto de informações numéricas e gráficos. No subtítulo, é enfatizada a disputa entre os candidatos à Presidência da República. No texto da chamada destacamos as escolhas verbais: “André Puccinelli **ampliou** sua vantagem sobre o petista Delcídio do Amaral”, “o ex-prefeito da Capital **evoluiu** de 54,3% para 58,8%” e “o senador petista **ficou estagnado** na casa dos 28%”. A pesquisa publicada foi realizada pela empresa Tendência Pesquisa de Mercado Ltda.¹⁴.

O jornal “O Progresso” também traz resultados de pesquisas como chamada de primeira página, porém, no dia 25 de setembro (pois não circula aos domingos), traz como destaque o título “Pesquisa **aponta** André **eleito** no 1º turno” (Anexo 8/CD). Para ilustrar, o jornal acrescenta dois gráficos, um com as intenções de voto para governador, no qual aparece a porcentagem de cada um dos candidatos, e outro com as intenções de voto para senador. No texto da chamada, não é feita referência à porcentagem do primeiro colocado na pesquisa, André Puccinelli, de 63,10%, apenas cita que os entrevistados escolheram entre os cinco que disputaram o pleito: “Delcídio **aparece** em segundo lugar com 28,7% dos votos [...]”. A pesquisa foi realizada pelo Instituto de Pesquisas de Mato Grosso do Sul (Ipems)¹⁵.

Ao compararmos as duas chamadas, observamos que as escolhas verbais feitas pelos jornais no título refletem pontos de vista diferentes dos veículos com relação aos números das pesquisas. Ao utilizar a expressão **André amplia**, o “Correio” mostra que houve progresso na intenção de votos com relação ao segundo colocado que **ficou estagnado**. O jornal poderia ter usado a segunda construção no tempo presente: **fica estagnado**, já que as pesquisas divulgam um fato atual, porém ao optar pelo tempo no passado enfraquece o resultado não-favorável ao candidato Delcídio e provoca um efeito de sentido de que pode haver uma alteração dessa situação no futuro.

“O Progresso”, ao utilizar a expressão “Pesquisa **aponta** André **eleito**”, já anuncia a vitória do candidato. O jornal utiliza o verbo **apontar** (mostrar, indicar) no tempo presente e constrói um significado mais forte ao atribuir como sujeito a pesquisa, introduzindo o discurso para-oficial com a intenção de atribuir credibilidade por meio dessa estratégia discursiva. Ao relatar o desempenho do candidato petista Delcídio, escolhe o verbo **aparecer** no modo transitivo circunstancial, significando mostrar-se, também utilizado no tempo presente, causando um impacto maior no leitor.

¹⁴ A Tendência Pesquisa de Mercado Ltda. é uma empresa que atua há mais de 20 anos nas áreas de pesquisa de comunicação, de pesquisa política e eleitoral, de pesquisa de audiência, de pesquisa organizacional, dentre outros. Sua sede está localizada em Campo Grande, MS.

¹⁵ O Instituto de Pesquisas de Mato Grosso do Sul (IPEMS) é considerado referência na realização de pesquisas no Estado. Está localizado em Campo Grande, MS.

Outro fato envolvendo os dois candidatos e noticiado pelos dois jornais foi a realização do debate pela “TV Morena”, afiliada da rede Globo. O jornal “O Progresso” abordou o debate por meio de notícia na primeira página da edição do dia 26 de setembro (Anexo 9/CD). O título utilizado foi genérico: “Candidatos participam de debate na TV Morena” e a notícia traz informações sobre horário e organização do debate, provocando o efeito de sentido de objetividade. Mas, ao utilizar uma charge abaixo da notícia, o jornal revela seu ponto de vista sobre o que o público poderia esperar, remetendo a outra discursivização na qual os debates entre candidatos políticos são sempre polêmicos e repletos de acusações, “quentes”. Por isso, no desenho, um homem segura um extintor de incêndio em uma das mãos, com o controle na outra, e a televisão é mostrada em chamas, indicando possíveis confrontos que poderiam ser ocasionados pelos últimos acontecimentos, em especial pelo episódio no aniversário de Corumbá.



Ilustração 1: Charge sobre a realização do debate na TV Morena. Fonte: “O Progresso”, A1, 26/09/2007

O jornal “Correio do Estado” optou por relatar os resultados do debate na edição do dia 27 de setembro com a seguinte chamada de capa “André **evita** confronto e **esfria** último debate antes da eleição” (Anexo 10/CD). No texto, é reforçado esse ponto de vista: “Líder nas pesquisas sobre a disputa do Governo, André Puccinelli (PMDB) **evitou** confrontos com o seu principal rival, Delcídio do Amaral, e **esforçou-se para esfriar** o debate de ontem à noite na TV Morena”. O jornal utiliza o verbo **evitar** com sentido de fugir

do confronto, remetendo ao interdiscurso da covardia, só os covardes fogem de um confronto. Esse ponto de vista é reafirmado novamente no discurso em que o jornal relata que o candidato **desconversou**, ou seja, dissimulou, fez-se de desentendido, ao ser questionado sobre a contratação de uma empresa de outro Estado para a confecção de uniformes da rede pública municipal de ensino durante sua administração. Observamos também o uso do verbo **esfriar** com o sentido de enfraquecer as discussões, ação atribuída exclusivamente ao candidato Puccinelli: foi ele quem **se esforçou** para isso. O jornal poderia ter repetido a construção do título e utilizado apenas o verbo **esfriar** no tempo pretérito perfeito, porém, isso enfraqueceria o sentido. Assim, como estratégia discursiva, acrescenta o verbo **esforçar**, no modo pronominal e com o significado de “empregar todas as forças para conseguir algo” (FERREIRA, 1999, p.805), provocando um efeito mais forte à ação.

Esse efeito de sentido é reforçado pelo trecho no qual o jornal relata que o candidato do PMDB, ao indagar os concorrentes, o fez de forma genérica: “transformando o debate num programa inócuo” e contrariando as expectativas de um debate “quente” devido à troca de acusações, entre os dois principais candidatos, ocorrida nos dias anteriores ao evento. Observamos claramente a presença da voz do jornal, o seu ponto de vista. Assim como na notícia publicada no jornal “O Progresso”, o discurso do “Correio do Estado” remete ao interdiscurso no qual debates políticos em véspera de eleições sempre são repletos de acusações e agressões entre os candidatos, que são sempre acontecimentos “quentes”.

“Carreata de André **pára** Dourados” foi o título da manchete principal da primeira página do jornal “O Progresso” no dia 29 de setembro (Anexo 11/CD). O jornal utiliza a hipérbole para construir uma imagem positiva, em que a cidade de Dourados parou para a carreata do candidato. Significado reforçado pelo subtítulo: “Segundo a coordenação da campanha, o evento ontem reuniu **pelo menos** 3 mil veículos, **mesmo sob chuva**”. Nesta construção concessiva, **mesmo** atua como operador argumentativo e indica que a situação de chuva seria um obstáculo para a realização do evento da oração principal – carreata – e que não foi suficiente para impedir o sucesso, pois **pelo menos**, ou seja, no mínimo houve três mil veículos. Vale ressaltar que no dia anterior, 28 de setembro, o candidato Delcídio do Amaral também realizou carreata no município, porém, o evento não foi destacado em primeira página, apenas com reportagem interna. Essa opção em destacar a ação de um e não destacar ou silenciar a ação de outro na primeira página indica o posicionamento ideológico do jornal, pois caso fosse seguido à risca o preceito de objetividade, os dois fatos deveriam ser dados com mesmo destaque. Notamos que o jornal “O Progresso” se aproxima do discurso de Puccinelli e privilegia as ações do candidato.

As pesquisas de intenção de voto foram divulgadas na primeira página novamente pelos dois jornais: “Correio do Estado” no dia da eleição (1º de outubro) e pelo “O Progresso” na véspera (30 de setembro) – que repercutiram os dados da Tendência e do Ibope¹⁶, respectivamente. O “Correio do Estado” traz um título mais genérico para a chamada que aponta os candidatos com maior vantagem e que concorrem aos cargos de governador, senador e presidente da República: “André, Marisa e Alckmin mantêm dianteira no Estado” (Anexo 12/CD). Já o jornal “O Progresso” traz os resultados utilizando o gênero Notícia e destaca novamente a vitória do candidato André Puccinelli por meio da utilização do discurso para-oficial: “Ibope **indica** vitória de André”, acrescentando ainda um subtítulo atribuindo mais força ao fato: “Segundo o instituto de pesquisa, o candidato do PMDB **deve vencer** com 64%, contra 29% de Delcídio” (Anexo 13/CD). Ambos trazem gráficos com números das pesquisas, remetendo ao discurso científico e construindo efeito de sentido de objetividade.

Os jornais apontam a eleição do candidato Puccinelli de forma diferenciada. A possível eleição de Puccinelli é relatada pelo “Correio” somente no texto: “O ex-prefeito de Campo Grande André Puccinelli (PMDB) **deve ser eleito** hoje governador de Mato Grosso do Sul”. “O Progresso”, como chamou a vitória de André no título inicia o texto da seguinte forma: “A última pesquisa do Ibope/TV Morena, divulgada na noite de ontem no telejornal MSTV 2ª edição, indica que a sucessão estadual **deve ser definida** no domingo”. Destacamos as escolhas verbais semelhantes **deve ser eleito** e **deve ser definida**. O verbo **dever** no modo transitivo direto significa “ter obrigação de” (FERREIRA, 1999, p. 672). Segundo Ferreira (idem), é comum no uso moderno da língua (adotado pela maioria dos veículos de comunicação) utilizar-se o verbo **dever** seguido de verbo no infinitivo indicando probabilidade, suposição¹⁷. Ao considerarmos que os jornais, assim como os outros veículos de comunicação de massa, optam pelo uso moderno da língua, a fim de tornarem o seu discurso compreensível a um público amplo, acredita-se que o significado pretendido seja o de probabilidade. Dessa forma, as construções aproximam-se do efeito de sentido de objetividade e de imparcialidade, uma vez que os jornais não fazem afirmativas sobre o resultado das eleições.

Na segunda-feira, dia 2 de outubro, o resultado das eleições ganha duas chamadas na primeira página de cada um dos veículos analisados. No jornal “Correio do Estado”,

¹⁶ O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) realiza pesquisas de opinião pública, políticas e aferição de audiência. Trata-se de um grupo multinacional brasileiro que atua em 16 países.

¹⁷ De acordo com Ferreira (1999), para significar probabilidade, suposição, o verbo **dever** deve ser utilizado no modo transitivo indireto, seguido da preposição *de* e de verbo no infinitivo. Exemplo: “Deve de chover hoje”. Porém, a publicação ressalta que o uso moderno da língua pouco atende essa regra, sendo mais comum escrever ou dizer, com a mesma acepção, “deve chover hoje”.

porém, a manchete principal não foi sobre os resultados das eleições estaduais e, sim, sobre a decisão em segundo turno das eleições para a Presidência da República, já que as chamadas sobre as eleições regionais aparecem na metade inferior da página. Trata-se de uma estratégia discursiva na direção de não chamar a atenção do leitor para a vitória do candidato André Puccinelli. Ao destacar as eleições nacionais em detrimento das regionais, o jornal vai de encontro ao que prega em sua linha editorial na qual devem prevalecer os assuntos de interesse local. No jornal “O Progresso”, observamos o contrário, a manchete principal e as chamadas secundárias relatam os resultados das eleições regionais e a disputa em segundo turno para a Presidência da República aparece na metade inferior da página.

No jornal “Correio do Estado”, aparece o título “André é **eleito** governador com 61,3% dos votos” (Anexo 14/CD). A manchete é ainda composta por fotografia na qual aparece o candidato Puccinelli rodeado de pessoas em gesto comemorativo à vitória e pelo que segue:

Com 276 mil votos a mais que seu principal rival, André Puccinelli (PMDB) **foi eleito**¹⁸ ontem governador de Mato Grosso do Sul. Ele **recebeu** 726.806 votos, o que representa **61,3%** dos votos válidos, ante 450.747 ou **38%**, **atribuídos** ao senador Delcídio do Amaral, do PT. Pesquisa do instituto Tendência indicava que André teria **64%** e Delcídio **35%**, conforme levantamento publicado ontem pelo Correio do Estado (Correio do Estado, A1, 02/10/2006).

Já no jornal “O Progresso”, o título é “André **vence** eleições com 61,3%”, reforçado pelo subtítulo “Candidato do PMDB **obteve** 706.806 votos; Delcídio do Amaral, do PT, **conseguiu** 450.747” (Anexo 15/CD). A manchete é também composta por fotografia na qual aparece o candidato Puccinelli de mãos dadas e erguidas com sua esposa, a senadora eleita Marisa Serrano e o prefeito de Campo Grande Nelson Trad Filho e pelo seguinte texto:

O ex-prefeito de Campo Grande, André Puccinelli (PMDB), **foi eleito** ontem governador de Mato Grosso do Sul, com 706.806 votos, o que representa 61,3% do total. Delcídio Amaral (PT) obteve 450.747 (38,0%), Carlito Dutra (PSOL) 6.282 (0,5%) e Elizeu Amarilha (PSDC), 1.134 (0,1%). Portanto, esse resultado confirmou todos os prognósticos e os números das pesquisas de intenções de voto divulgados desde o começo da campanha eleitoral deste ano (O Progresso, A1, 02/10/2006).

Alguns efeitos de sentido podem ser observados nos títulos das manchetes. Constatamos que o tempo escolhido para os verbos nos títulos é sempre o presente, mesmo se referindo a um acontecimento passado. Trata-se de uma estratégia discursiva utilizada pelos periódicos para causar mais impacto ao fato. Enquanto o “Correio do Estado” opta por uma

¹⁸ Grifos nossos.

construção em voz passiva, mais fraca, “**André é eleito**”; o jornal “O Progresso” escolhe a construção em voz ativa, mais forte, “**André vence**”, colocando o candidato no lugar de sujeito. Ressaltamos também as escolhas verbais com significados diferentes que indicam os resultados da votação para cada candidato: **receber** (tomar) para André e **atribuir** (conceder) para Delcídio, utilizadas pelo “Correio do Estado”, ao passo que o jornal “O Progresso” utilizou verbos com significados semelhantes: **obter** e **conseguir**.

Nessa edição do jornal “Correio do Estado” há uma chamada secundária relacionada ao desempenho dos dois candidatos no processo eleitoral, intitulada: “André vence em 71 dos 78 municípios” (Anexo 14/CD). A princípio podemos considerar uma chamada positiva para o candidato, porém, observaremos o discurso após o título “**Apesar de** ter obtido vitória folgada, André Puccinelli não conseguiu os 15 a 0 que prometera. Ele esperava vencer nos 78 municípios, inclusive na terra do senador Delcídio do Amaral, onde ficou com **apenas** 16%, contra 82%”. Novamente temos uma construção concessiva reforçada pela expressão **apesar de**, ou seja, com significado contrário às expectativas de Puccinelli. Também é dado destaque ao mau desempenho em Corumbá, enfatizado pelo operador **apenas**, marcando a voz do jornal. O periódico poderia ter optado pela construção: “onde ficou com 16%, contra 82%”, porém essa seria uma construção menos impactante junto ao leitor.

O jornal “O Progresso” também insere uma chamada secundária para uma entrevista com o governador eleito. Destaca-se o título escolhido pelo jornal para a chamada: “‘Quero **resgatar** o respeito do Estado’, diz André” (Anexo 15/CD). Ao recortar essa fala de André Puccinelli, o jornal enfatiza o objetivo de recuperação do respeito por parte do Estado que, no discurso do governador eleito, foi perdido durante a administração do Partido dos Trabalhadores.

4.2 Reportagem: além do factual

Melo (1994) define o gênero reportagem como o relato ampliado de um acontecimento, no qual o jornalista procura oferecer mais detalhes sobre um fato que já ocorreu e também lhe permite maior interpretação. Ao redigir uma reportagem, ele deve se preocupar em oferecer vários pontos de vista, muitas vezes contraditórios, e para isso deve sair da redação, presenciar o acontecimento e, além disso, buscar entrevistas, dados, tudo que for necessário para oferecer ao leitor uma informação mais contextualizada.

Na reportagem, há a preocupação em responder as seis perguntas básicas da apuração jornalística: o que aconteceu, quem se envolveu, quando, onde, como e por que, sendo essas duas últimas questões as mais exploradas.

Para Sodré e Ferrari (1986) a reportagem deve apresentar algumas características principais como a forma narrativa de maneira predominante, o relato humanizado, texto mais impressionista e a objetividade na narração dos fatos. Eles apontam três tipos fundamentais de reportagem. A primeira delas é a reportagem de fatos ou *fact-story* na qual o jornalista relata o acontecimento de maneira objetiva e redige o texto na forma de pirâmide invertida, narrando os fatos de forma sucessiva na ordem do mais importante para o menos importante. A segunda forma é a reportagem de ação ou *action-story* que permite maior envolvimento do leitor, pois o relato é feito de forma movimentada, com descrição das cenas (como em um filme), sempre começando pelo aspecto mais atraente e depois a exposição dos detalhes restantes. Em terceiro lugar aparece a reportagem documental ou *quote-story*. Neste tipo, o relato é apoiado por citações que completam e esclarecem o acontecimento e o fundamentam.

O gênero reportagem manifesta-se em todos os veículos de comunicação: jornais, revistas, televisão, rádio e Internet. Nos veículos midiáticos analisados nesta pesquisa, “Correio do Estado” e “O Progresso”, foi o gênero mais utilizado para relatar fatos envolvendo os dois candidatos: André Puccinelli e Delcídio do Amaral. A escolha desse gênero indica maior interesse dos jornais em repercutir amplamente os acontecimentos do cenário eleitoral, porém com posturas diferenciadas, como pudemos observar pela análise das chamadas de primeira página.

As duas primeiras reportagens que destacamos relatam a participação dos candidatos nas comemorações do aniversário do município de Corumbá. A primeira diferença na cobertura pode ser verificada nos títulos. Enquanto o jornal “O Progresso” opta por um título genérico e aparentemente mais neutro, “Campanha descamba para os ataques e agressões pessoais” (Anexo 16/CD), o “Correio” prefere citar o nome dos candidatos: “André **invade** o palanque de Delcídio” (Anexo 17/CD), em uma identificação de quem seria o sujeito. Há também diferença nos subtítulos: “André Puccinelli **reage** e diz que quer vencer o petista Delcídio Amaral em Corumbá”, no “O Progresso”; e “Aniversário de Corumbá: presença de candidato do PMDB irritou petistas”, no “Correio do Estado”.

Destacamos os dois verbos utilizados para expressar a ação de Puccinelli porque nos fornecem pistas sobre o posicionamento dos jornais. O Correio repete praticamente o mesmo título da chamada de primeira página e, ao utilizar o verbo **invadir**, interpreta a presença do candidato peemedebista no palanque em Corumbá como uma afronta ao

candidato petista e contribui para a construção de uma imagem negativa de Puccinelli. Ao utilizar o verbo **reagir**, “O Progresso” atribui um efeito de sentido bem diferente do que foi construído pelo jornal “Correio do Estado”. No discurso do jornal “O Progresso”, André Puccinelli reagiu, opôs-se a outra ação que lhe foi contrária (FERREIRA, 1999), que será revelada na reportagem, e que contribuirá para a construção de uma imagem positiva do candidato.

Ao compararmos as reportagens, é possível observar a diferença permeando as formações discursivas dos dois jornais.

Para nossas análises, trazemos o trecho do jornal “Correio do Estado”:

O candidato do PMDB ao governo do Estado, André Puccinelli, “invadiu” ontem o palanque em que estava o seu rival, Delcídio do Amaral (PT), e o governador licenciado José Orcírio dos Santos (PT), no desfile de comemoração do aniversário de Corumbá. A presença de André provocou confusão e constrangimento. Dois dias depois de xingá-lo de filho da p..., André foi cumprimentar Delcídio. Mas, não deixou de provocá-lo, dizendo-lhe ao pé-do-ouvido que iria desmanchar tudo o que o candidato petista vem fazendo no interior (Correio do Estado, A3, 22/09/2006).

Ressaltamos ainda outro excerto da reportagem do jornal “O Progresso”:

O candidato do PMDB à sucessão estadual, André Puccinelli, reagiu às ofensas dos adversários, feitas por meio de panfletos apócrifos, dizendo que agora quer derrotar Delcídio do Amaral (PT) em seu próprio domicílio eleitoral, Corumbá, onde esteve participando ontem das comemorações dos 228 anos de fundação do município (O Progresso, A3, 22/09/2006).

Enquanto o primeiro veículo ressalta as provocações do candidato André Puccinelli a Delcídio do Amaral, o segundo ressalta que o ex-prefeito reagiu às ofensas do adversário: dois recortes completamente distintos do mesmo evento e que revelam o posicionamento diferenciado dos jornais com relação ao acontecimento. O “Correio do Estado” ao trazer o recorte que ressalta a atitude provocatória do candidato peemedebista se aproxima do discurso oficial e contribui para a construção de uma imagem negativa de Puccinelli. “O Progresso” ao trazer o recorte que enfatiza a reação de Puccinelli às ações ofensivas dos seus adversários se aproxima do seu discurso e contribui para a construção de uma imagem negativa do candidato petista. Verificamos também que o “não-dito”, o apagamento de aspectos do acontecimento é marcante, em ambos os jornais, para traçarmos o seu perfil identitário e constatarmos que há uma intenção com caráter ideológico nas escolhas dos discursos e na omissão, no silenciamento utilizado pelos dois impressos.

A reportagem do “Correio” traz o discurso do candidato Delcídio do Amaral que “considerou um despropósito a atitude de André de subir no palanque”. Esse “despropósito” é superdimensionado pelo veículo ao descrever a ação do governador José Orcírio que **se irritou** com a presença do peemedebista e **deu as costas** para ele; e ao introduzir o discurso da mãe de Delcídio que ficou “furiosa com a presença de André no palanque, pois está ofendida em ser chamada de p... pelo candidato do PMDB”.

Na mesma reportagem, é relatado que Puccinelli “aproveitou para atacar” o próprio jornal “Correio do Estado” por ter reproduzido reportagens publicadas em outro veículo de comunicação (jornal “Correio Braziliense”) sobre denúncias de corrupção durante sua administração enquanto prefeito da Capital. O jornal poderia se restringir ao uso do verbo **atacar**, porém, ao optar pela construção “**aproveitou para atacar**”, provoca o efeito de sentido que reforça a agressividade do candidato peemedebista, que “invadiu o palanque” e “xingou de filho da p...” e, ainda, coloca-se na posição de vítima do agressor. Esse recorte também nos dá pistas sobre os conflitos de interesse existentes entre o então candidato André Puccinelli e o jornal “Correio do Estado”:

“Isto é próprio de quem mente, está estampado até com impressões digitais, o que nos demonstra que o “Correio do Estado” continua mentindo. É um despropósito tamanho, mas para quem está com mais de 60% o jeito é relevar”, afirmou o candidato peemedebista (Correio do Estado, A3, 22/09/2006).

Verificamos que a reportagem de “O Progresso” concede mais espaço ao discurso de André Puccinelli em sua chegada à cidade de Corumbá, como os que seguem: “[...] conclamaremos **nosso adversário que não é nosso inimigo** para que **se junte na melhoria do futuro de Mato Grosso do Sul**” ou “agora a pretensão é um pouquinho maior, do empate passarmos à vitória” e que o candidato teria afirmado que se ganhasse iria comemorar em Corumbá com uma grande pescaria, enunciado destacado por meio de um recurso chamado olho¹⁹. Ao recortar e transcrever esses trechos do discurso de Puccinelli e não relatar as provocações que aconteceram no palanque, o jornal “O Progresso” assume um posicionamento diferente do “Correio”, ressaltado pela recuperação dos números das pesquisas que indicam a liderança de André na disputa eleitoral e do episódio da apreensão dos “panfletos ofensivos contra à honra do candidato André Puccinelli”, por meio do relato integral em cinco parágrafos.

¹⁹ Enunciado destacado no meio da reportagem.

As fotografias também merecem ser destacadas. O jornal “O Progresso” escolheu uma imagem sorridente do candidato André Puccinelli, acompanhado da candidata ao senado Marisa Serrano, diante de dois eleitores que também estão sorrindo, construindo um efeito de sentido contrário ao que está apontado na reportagem. Já o “Correio” usa a imagem dos candidatos no palanque com Puccinelli ao lado de Marisa Serrano, em um plano mais próximo, ambos sorrindo; no canto direito, o governador José Orcírio surge com expressão facial séria e Delcídio do Amaral com a mão na face. A fotografia não retrata a invasão e/ou as agressões relatadas na reportagem.

As pesquisas de intenção de voto também foram temas de duas reportagens publicadas, com chamada na primeira página nos dias 24 e 25 de setembro no jornal “Correio do Estado” (Anexo 18/CD) e no “O Progresso” (Anexo 19/CD), respectivamente. Vale ressaltar que a pesquisa relatada no “Correio do Estado” foi realizada a pedido do veículo para a Tendência e a que foi relatada no jornal “O Progresso” foi realizada pelo Ipems.

Com o título “André **amplia** vantagem sobre Delcídio” e o subtítulo: “Sucessão estadual: O candidato do PMDB **avançou** para 58,8%, **podendo ganhar** no primeiro turno, enquanto seu rival, do PT, **permaneceu** estável nos 28,7% na corrida eleitoral” o “Correio” dedica os três primeiros parágrafos da reportagem para relatar os resultados das pesquisas atribuídos aos dois principais candidatos. Ao utilizar a construção **podendo ganhar**, ao invés de **devendo ganhar**, o jornal se aproxima do efeito de imparcialidade, pois o verbo poder nesta construção remete mais à probabilidade do que o verbo dever.

No quarto parágrafo, o jornal destaca que se as eleições ocorressem naquele dia Puccinelli seria eleito e o PMDB reconquistaria o poder depois de oito anos de comando do PT, o que pode ser considerada uma abordagem positiva para André Puccinelli, não fosse a utilização do verbo **reconquistar** e a recuperação do acontecimento, que relata a sua desistência à disputa e derrota da candidata apoiada pelo partido para o então governador José Orcírio, em 2002:

Em 2002, André desistiu de concorrer às eleições, deixando a missão para a atual candidata ao Senado, Marisa Serrano (PSDB). Ela foi derrotada pelo governador José Orcírio dos Santos (PT), que acabou se reelegendo (Correio do Estado, A4, 24/09/2006).

“André tem 63% dos votos, aponta Ipems” e “O ex-prefeito venceria em primeiro turno com 69,55% dos votos da Capital e 59,88% do interior” são o título e o subtítulo da reportagem sobre o resultado das pesquisas eleitorais publicada no jornal “O Progresso”. O texto traz informações detalhadas sobre a metodologia da pesquisa, aponta as intenções de

voto na Capital e no interior e veicula uma informação que julgamos pertinente destacar: “A pesquisa revela que 68,25% dos eleitores entrevistados e que declararam voto para o Puccinelli **têm curso superior incompleto. Já a maioria do eleitorado de Delcídio é analfabeto (38,33%)**”. Tendo em vista que os relatórios das pesquisas apresentam variáveis como sexo, idade, escolarização e renda, ao recortar apenas a referida variável, o jornal se posiciona em relação aos dois candidatos, construindo uma imagem mais favorável ao candidato do PMDB, remetendo ao interdiscurso de que quanto mais escolarizado, mais capaz e crítico se torna o cidadão. A abordagem favorável também é reforçada pelo destaque dado ao bom desempenho do candidato do PMDB nos três últimos parágrafos, em que é relatada sua liderança na pesquisa estimulada, na espontânea e o menor índice de rejeição com relação a todos os outros candidatos.

No dia 26 de setembro, o jornal “Correio do Estado” publicou uma reportagem sobre as ações dos candidatos durante os últimos dias que antecederam as eleições (Anexo 20/CD). Houve a opção por um título genérico, que remete ao efeito de sentido de objetividade e imparcialidade: “Candidatos arriscam tudo na última semana de campanha”. A reportagem traz as expectativas de cada candidato. Destacamos o seguinte enunciado:

O candidato a governador André Puccinelli (PMDB) já se considera eleito. Portanto, só está aguardando a confirmação das urnas, enquanto o seu principal rival, senador Delcídio do Amaral (PT) aposta na virada, assim como ocorreu em 2002, quando até nos últimos dias da campanha ele perdia nas pesquisas para seu adversário Pedro Pedrossian. O petista ultrapassou Pedrossian na véspera das eleições. (Correio do Estado, A3, 26/09/2006)

A possibilidade de uma mudança no cenário das eleições apontada pelas pesquisas – vitória do candidato André Puccinelli no primeiro turno – é ressaltada pelo jornal no início e ao longo da reportagem por meio de outros *flashbacks* de casos semelhantes, que mobilizam a memória discursiva do leitor a respeito dos fatos ocorridos e tornam a reviravolta de Delcídio do Amaral provável:

A coordenação da campanha e o governador licenciado José Orcírio Miranda dos Santos (PT) alimentam a esperança de ocorrer uma reviravolta com o desempenho de Delcídio no debate de hoje na TV Morena. [...] José Orcírio já passou por esta experiência. Nas vésperas das eleições de 1998 para o Governo, ele era considerado carta fora do baralho, sem chance nenhuma de ganhar. Acabou sendo a grande surpresa nas urnas e a sua vitória contrariou todas as previsões dos institutos de pesquisa eleitorais, que tinham colocado Ricardo Bacha (PSDB na época) e Pedro Pedrossian (PTB) no segundo turno (Correio do Estado, A3, 26/09/2006).

Para ilustrar a reportagem, o jornal optou por fotografias dos dois principais envolvidos na disputa e com gestos semelhantes: ambos fazem sinal de positivo com a mão.

Neste ponto da análise trazemos Pêcheux (2006) e seus estudos sobre o processo discursivo bem como a sua relação com a história, especificamente quando o estudioso percorre os caminhos do acontecimento, do discurso e da tensão entre descrição e interpretação na Análise do Discurso. O autor, ao realizar uma pesquisa sobre a cobertura da mídia francesa durante as eleições de François Mitterrand, aponta que a mídia remete seu discurso a um conteúdo sócio-político transparente, por meio das evidências de números de resultados e de pesquisas, porém, mostra-se profundamente opaca por meio dos enunciados. Verificamos que o mesmo aconteceu na cobertura feita pelos dois jornais analisados. À medida que criam efeitos de sentido de objetividade e de transparência com um discurso repleto de dados numéricos e obtêm a credibilidade do público, os veículos de comunicação estabelecem um confronto discursivo por meio das escolhas enunciativas.

A cobertura do debate realizado no dia 26 de setembro pela TV Morena foi destaque nos jornais analisados. Além da notícia na primeira página publicada pelo jornal “O Progresso” no dia da realização do debate, analisada anteriormente, a publicação trouxe reportagem, na edição dos dias 23 e 24 de setembro, intitulada “Candidatos vão para o ‘tudo ou nada’ no debate dia 26” (Anexo 21/CD). Observamos que o jornal opta por um título genérico e, ainda, traz fotografias dos cinco candidatos publicadas com o mesmo tamanho, recursos discursivos que remetem aos conceitos de objetividade e imparcialidade defendidos na sua linha editorial. A reportagem traz informações sobre a estrutura do programa e as regras estabelecidas e que foram aceitas por todos. O jornal enaltece a importância do evento transmitido pela emissora e que poderia alterar ou não o cenário eleitoral conforme o desempenho dos envolvidos nas discussões. “O Progresso” faz referência à disputa polarizada entre André Puccinelli e Delcídio do Amaral e repete os resultados das pesquisas que indicam a vitória do primeiro em um único turno. Verificamos que o uso das pesquisas pelo jornal “O Progresso” é constante e pode ser interpretado como um recurso discursivo para indicar a forte probabilidade de vitória do candidato peemedebista.

Como já analisamos a chamada de primeira página dada pelo “Correio do Estado” na edição do dia 27 de setembro, vamos destacar, a seguir, a reportagem apresentada por esse jornal, que articula estratégias discursivas mais visíveis na construção da imagem do veículo, no que tange à eleição para o Governo do Estado. Com o título “André foge do confronto e incorpora propostas do PT”, a reportagem (Anexo 22/CD) mobiliza uma crítica ao debate realizado pela “TV Morena” e ao desempenho do candidato do PMDB: “o debate foi inócuo,

sem empolgação e sem discussão aprofundada dos principais temas que permeiam os planos de governo”. Na reportagem, o “momento mais quente” do debate foi quando o candidato Delcídio do Amaral questionou o candidato Puccinelli sobre a contratação de uma empresa de outro Estado, para confecção de uniformes de escolas da rede pública. A esse acontecimento específico, são dedicados três parágrafos da reportagem. Vamos destacar os verbos escolhidos pelo jornal para remeter ao discurso e à ação de Puccinelli durante o debate: “**fugiu** do confronto”, “**incorporou** as propostas petistas como se fossem suas” e “**não respondeu** à pergunta”. Percebemos os efeitos de sentido negativos provocados pelas escolhas: **fugir**, no sentido de se desviar e que remete ao interdiscurso da covardia, da fraqueza; **incorporar** que significa juntar, reunir, mas, no discurso é empregado no sentido de se apoderar de algo que não é seu. O “não”, posicionado antes do verbo **responder**, atua como índice de polifonia e articula marcadamente o outro do discurso, a voz do jornal, que se manifesta de modo a repreender a atitude do candidato em não responder às perguntas.

O veículo relata que a postura do candidato do PMDB tornou o debate “frio” e ataca também a organização da “TV Morena”, que pertence ao Grupo Zahran, concorrente do Grupo Correio do Estado: “O esquema de sorteio adotado pelo debate proporcionou poucos momentos de embate entre Delcídio e André”, marcando explicitamente a voz do jornal e o seu posicionamento de desaprovação ao acontecimento.

O jornal “O Progresso” repercutiu os resultados do debate na edição do dia 28 de setembro (Anexo 23/CD. O título “Candidatos avaliam como positivo o debate na TV”, o subtítulo “Os cinco candidatos responderam perguntas relacionadas a vários temas” e a reportagem constroem sentido distinto da reportagem publicada pelo “Correio do Estado” e analisada anteriormente, o que pode ser observado já nos primeiros parágrafos:

Os cinco candidatos ao governo de Mato Grosso do Sul foram unânimes em avaliar como positivo, o debate promovido pela TV Morena, na noite de terça-feira. [...] Durante as discussões André Puccinelli (PMDB), Delcídio do Amaral (PT), Carlito Dutra (PSOL), Tito Lívio (PV) e Elizeu Amarilha (PSDC), além de expor suas propostas, responderam perguntas relacionadas a vários temas como educação, saúde, segurança pública, infra-estrutura, dívidas públicas e investimentos de um modo geral (O Progresso, A5, 28/09/2006).

Destacamos as seguintes escolhas lexicais para reforçar a aprovação ao evento, estampada também por meio da heterogeneidade marcada de discursos de cada um dos cinco candidatos, para sustentar a avaliação positiva: “Carlito Dutra avaliou o debate como **importante**”, “Para Delcídio o debate foi **excelente**”, “André Puccinelli **parabenizou** os organizadores do evento”, “Para Tito Lívio, o debate foi **importante**” e “Elizeu Amarilha

considerou o debate **excelente**". Além de provocar um efeito de sentido positivo ao evento, a estratégia discursiva adotada – dar voz aos cinco candidatos na reportagem – aproxima o jornal da missão apontada na linha editorial, ou seja, a de apresentar um noticiário objetivo e imparcial.

O jornal "O Progresso" trouxe nos dias 28 e 29 de setembro reportagens sobre a ida dos dois principais candidatos a Dourados. A passagem de Delcídio do Amaral no município foi relatada em reportagem no dia 28 (Anexo 24/CD) e a de André Puccinelli na edição do dia 29 (Anexo 25/CD). Passaremos para uma análise comparativa das duas reportagens.

Ao relatar os dois eventos, em espaço quase equivalente, o jornal utiliza um recurso discursivo de neutralidade. Porém, ao destacar somente a carreata de André com chamada em primeira página, considerada o espaço mais nobre do jornal, evidencia o posicionamento favorável a esse candidato, observado também por meio de outros excertos analisados.

O primeiro recurso utilizado para chamar a atenção do leitor sobre o fato é o título. Ao compararmos as construções empregadas: "Delcídio **participa** de **mega**-carreata" e "André **pára** Dourados com carreata" fica visível a diferença do que significou cada um dos eventos sob o ponto-de-vista do jornal. A carreata de Delcídio do Amaral pode ter sido "mega" (elemento de origem grega que significa "grande"), porém não foi suficiente para "parar" a cidade como a de André Puccinelli.

A primeira reportagem é ilustrada com uma fotografia em plano geral da carreata, com imagem do candidato Delcídio do Amaral em segundo plano. A segunda é ilustrada com duas fotografias, uma dos carros e outra de André Puccinelli em primeiro plano, ao lado de políticos aliados. Ao compararmos as duas discursividades, verificamos que ao colocar o candidato do PMDB em primeiro plano na fotografia, o jornal favorece sua imagem.

"Candidato disse ontem que a eleição caminha para final diferente do que previam as pesquisas" e "Chuva de ontem à tarde não atrapalhou evento, que marcou o encerramento da campanha de Puccinelli" são os dois subtítulos atribuídos às reportagens. No primeiro o jornal opta por utilizar o discurso do candidato por meio da heterogeneidade marcada e, no segundo, temos a voz do jornal, que ressalta o sucesso do outro evento mesmo sob condições adversas, como a chuva.

Outras diferenças podem ser notadas também quando o jornal relata a dimensão das duas carreatas: "A **mega**-carreata de Delcídio em Dourados teve participação de **centenas de veículos**, entre carros, caminhões e motos" e "O evento, segundo a coordenação da

campanha, reuniu **pelo menos 3 mil veículos, mesmo sob chuva**”, que descreveu a de André. Ao utilizar um número mais preciso de veículos (**3 mil** contra **centenas**) para descrever a carreata de Puccinelli, o jornal cria o efeito de verdade, de objetividade, mas ao mesmo tempo valoriza a carreata de Puccinelli. Destacamos também as expressões **pelo menos** e **mesmo**, já analisadas anteriormente, pois na chamada de capa o subtítulo utiliza esse mesmo enunciado, formando uma construção concessiva: **mesmo** atua como operador e indica que a situação de chuva seria um obstáculo para a realização do evento da oração principal – carreata –, porém não foi suficiente para impedir o sucesso, pois no mínimo (**pelo menos**) houve três mil veículos, um indicativo de que há possibilidade desse número ter sido maior.

Ao citar as pessoas presentes às carreatas, o jornal o faz de maneira enfática, a partir dos enunciados da reportagem sobre a carreata de Delcídio do Amaral:

[...] Delcídio do Amaral, que ontem participou de carreata em Dourados ao lado do governador licenciado Zeca, **do candidato a senador Egon Krakhecke (PT)**, do prefeito Laerte Tetila (PT) e de **vários** candidatos proporcionadís (sic) petistas e da coligação Um Novo Avanço para Mato Grosso do Sul. (O Progresso, A3, 28/09/2006)

Comparamos com os enunciados da reportagem sobre a carreata de Puccinelli:

O último grande ato da campanha contou com a presença de **dezenas** de candidatos a deputados federais e estaduais, **inclusive com a candidata ao senado, Marisa Serrano (PSDB), que também fez questão** de percorrer as ruas da cidade no mesmo veículo que levava André e outros candidatos (O Progresso, A5, 29/09/2006).

O primeiro apontamento que fazemos relaciona-se à forma como o jornal dimensiona o número de personalidades presentes. Na reportagem sobre a carreata de Delcídio do Amaral, a opção é pelo pronome indefinido **vários**, já na reportagem sobre a carreata de Puccinelli a escolha se dá pelo substantivo **dezenas**, que constrói uma imagem mais forte e positiva em relação à quantidade de autoridades. Ressaltamos também o destaque dado à candidata Marisa Serrano em comparação ao modo como foi citado o candidato Egon Krakhecke. Ambos concorriam ao Senado, porém, ao citar a candidata, o jornal utilizou o advérbio **inclusive** e a expressão **também fez questão** que atribuem um valor positivo ao evento promovido pelo candidato do PMDB. A presença da voz do jornal por meio da expressão “o último grande ato da campanha” marca sua aproximação do discurso do candidato peemedebista e o posicionamento favorável à sua vitória.

Ao descrever o percurso, o jornal também o faz de forma mais completa na reportagem referente à carreata de Puccinelli:

A carreata começou na entrada de Dourados, no monumento ao Colombo, prolongamento da avenida Marcelino Pires, seguiu por toda avenida até o antigo supermercado catarinense, depois desceu na Joaquim Teixeira Alves até chegar na rua Hayel Bon Faker. A carreata terminou na saída para Caarapó, onde André falou rapidamente sobre a campanha (O Progresso, A5, 29/09/2006).

Trazemos, ainda, o trecho que descreve o percurso da carreata de Delcídio do Amaral: “Saiu de frente do Parque Antenor Martins, no Jardim Flórida, e percorreu o centro pela avenida Marcelino Pires”. Ao descrever com mais detalhes o percurso da carreata de André Puccinelli e de modo resumido o trecho percorrido pela carreata do adversário, o jornal atribui maior relevância à carreata de Puccinelli, justifica o significativo fato de ela ter parado a cidade, pois percorreu Dourados de extremo a extremo, atribuindo mais valor a esse evento do que ao anterior.

4.3 Charges: entre a opinião e o humor

É comum no jornalismo a utilização da charge para expressar opinião ou comentário sobre um acontecimento, na forma de ilustrações e enunciados, trabalhando com o código escrito e o visual. Esse gênero é caracterizado pela utilização do humor e por isso há um distanciamento da leitura oficial dos acontecimentos. Por meio da charge, o jornal expõe sua visão particular adotando postura crítica diante da realidade. Sendo uma modalidade de gênero importante, a charge pode esclarecer muito a respeito do processo identitário do veículo de comunicação.

De acordo com Melo (1994) a charge é uma das várias espécies do gênero caricatura. Ele faz a seguinte diferenciação: a caricatura é o “retrato humano ou de objetos que exagera ou simplifica traços, atenuando detalhes ou ressaltando defeitos. Sua finalidade é suscitar risos, ironia. Trata-se de um retrato isolado” e a charge é a “crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista” (idem, p. 168). O autor também acrescenta que a charge pode se apresentar por meio de imagens ou combinando imagens e enunciados:

Sua validade humorística advém do real, da apreensão de facetas ou de instantes que traduzem o ritmo de vida da sociedade, que flagram as expressões hilariantes do cotidiano. Sua intenção é representar o real, criticando-o. A caricatura reproduz a imagem isolada dos personagens vivos da cena noticiosa. A charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento. Ambas as espécies só adquirem sentido no espaço jornalístico, porque se nutrem dos símbolos e valores

que fluem permanentemente e estão sintonizados com o comportamento coletivo (MELO, 1994, p. 168-169).

Barros e Vale (2002) em ensaio sobre a charge no jornalismo pontuam que, para o leitor compreender esse tipo de gênero, ele deve conhecer o tema abordado, qual o seu contexto e quais os personagens ali representados:

Por ser um discurso lúdico, a charge tem a liberdade de mostrar a interpretação dos fatos e utilizar recursos lingüísticos e semióticos, comportar o paradoxo, a ambigüidade, o exagero, o cinismo, a sátira, a irreverência, o trocadilho, a balbúrdia e o deboche. Assim, a charge constitui uma forma de comunicação que faz as pessoas rirem de si mesmas, de acontecimentos recentes, de situações do cotidiano e, até mesmo, das próprias desgraças, porque representa o modo descontraído de ver a notícia, sem o pudor da moral ou conceitos éticos; sem, no entanto, precisar recorrer à linguagem vulgar ou sensacionalista. (idem, p. 46).

Segundo os autores, trata-se de um recurso que, por ter um entendimento rápido por parte do leitor, torna-se importante instrumento persuasivo e, ainda, pela presença do humor, as críticas são amenizadas e mais facilmente aceitas do que àquelas presentes em outros gêneros como editorial, artigo ou comentário. Ao observarmos os periódicos brasileiros, constatamos que a charge é muito utilizada para enfocar temas ligados à política. No “Correio do Estado” não foi diferente. Constatamos que as charges publicadas diariamente têm como enfoque, principalmente, o cenário político regional.

No levantamento dos gêneros utilizados pelo jornal “Correio do Estado” referente à disputa entre os dois candidatos principais, notamos que entre os da modalidade Comentário, não foram utilizados o Editorial (no qual o jornal assume um posicionamento a respeito de um acontecimento), o Artigo (escrito por pessoas da sociedade com expressão de opinião sobre assuntos da atualidade), nem o Comentário (escrito por jornalistas especialistas em determinados temas, como por exemplo, economia, política, cultura, esportes). Dentre os tipos de gêneros escolhidos na modalidade Comentário, o que se destacou e obteve maior espaço no “Correio” foi o gênero charge.

No período analisado, a primeira charge aparece na edição do dia 22 de setembro de 2006 e tem como tema a “invasão” do candidato André Puccinelli ao palanque de Delcídio Amaral durante as comemorações do aniversário do município de Corumbá. O assunto também foi destacado na primeira página e por meio do gênero reportagem, analisados anteriormente.



Ilustração 2: Charge sobre participação de André Puccinelli no aniversário de Corumbá. Fonte: Correio do Estado, A4, 22/09/2007.

Assinado pelo chargista Éder Flávio Benites, o desenho traz o candidato Puccinelli com um dos olhos machucados. Se olharmos, atentamente, além de estar inchado e vermelho, há estampada a marca do número 13, que é o número do Partido dos Trabalhadores, na região do olho do candidato que foi “atingido” pelos adversários petistas. Para reforçar, o chargista utiliza as estrelas em volta da cabeça do candidato indicando dores pelo golpe e as apresenta na cor vermelha, acrescentando a sigla do PT, em uma visível referência à logomarca do partido.

Nesta charge analisada observamos a presença da heterogeneidade mostrada não-marcada. O desenhista ironiza o discurso de Puccinelli: “Que isso, gente? Eu quis dizer: **filho do PT!!!**” por meio de uma alusão ao episódio em que o candidato teria xingado de “filho da p...” o candidato Delcídio do Amaral, como foi lembrado na reportagem sobre o acontecimento em Corumbá. Isso pode ser interpretado como uma retratação por parte do candidato do PMDB ou por uma lição merecida aplicada pelos petistas.

O segundo desenho aparece na edição do dia 24 de setembro e ilustra a opinião sobre as pesquisas de intenção de voto divulgadas, que trazem o candidato do PMDB na liderança.

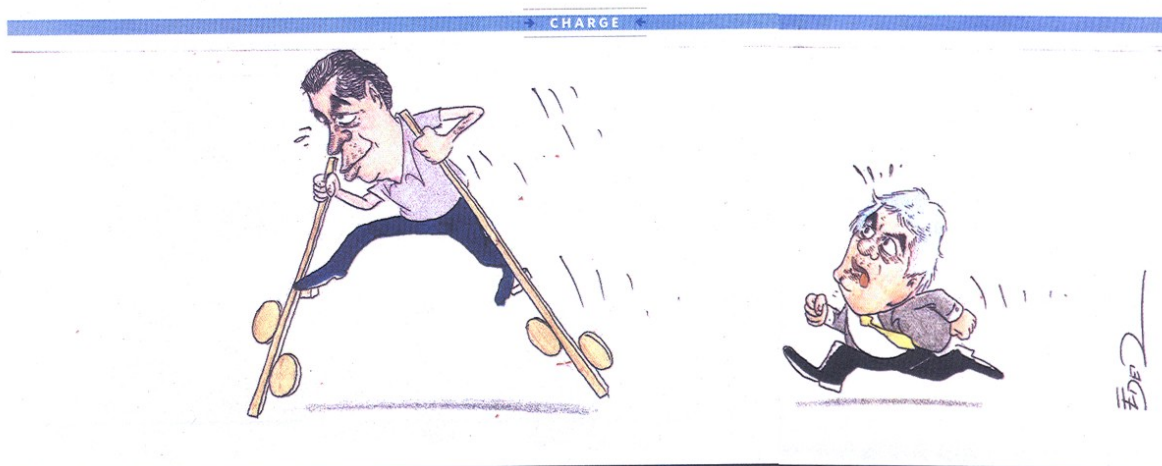


Ilustração 3: Charge sobre os resultados das pesquisas eleitorais. Fonte: Correio do Estado, A4, 24/09/2007.

Notamos que André Puccinelli é líder, porém na opinião expressa pela charge ele pode ser alcançado pelo seu adversário, que aparece correndo logo atrás. Puccinelli utiliza duas pernas de pau, desenhadas a partir do símbolo de porcentagem, e, ao mesmo tempo em que corre tem que se equilibrar para não cair. Ainda podemos dizer que há marca do pré-construído, no jogo da memória discursiva, sobre o “jeitinho brasileiro”, sobre a malandragem, em que o candidato leva vantagem sem merecimento e se apóia nas pesquisas. A noção de pré-construído é ligada à de interdiscurso.

O terceiro desenho ilustra a decisão do Tribunal Regional Eleitoral em tirar o programa do candidato Delcídio do Amaral do ar no último dia de veiculação do horário eleitoral gratuito. A decisão, segundo reportagem apresentada na mesma edição, foi tomada pela justiça com base em representações da coligação do seu adversário André Puccinelli.

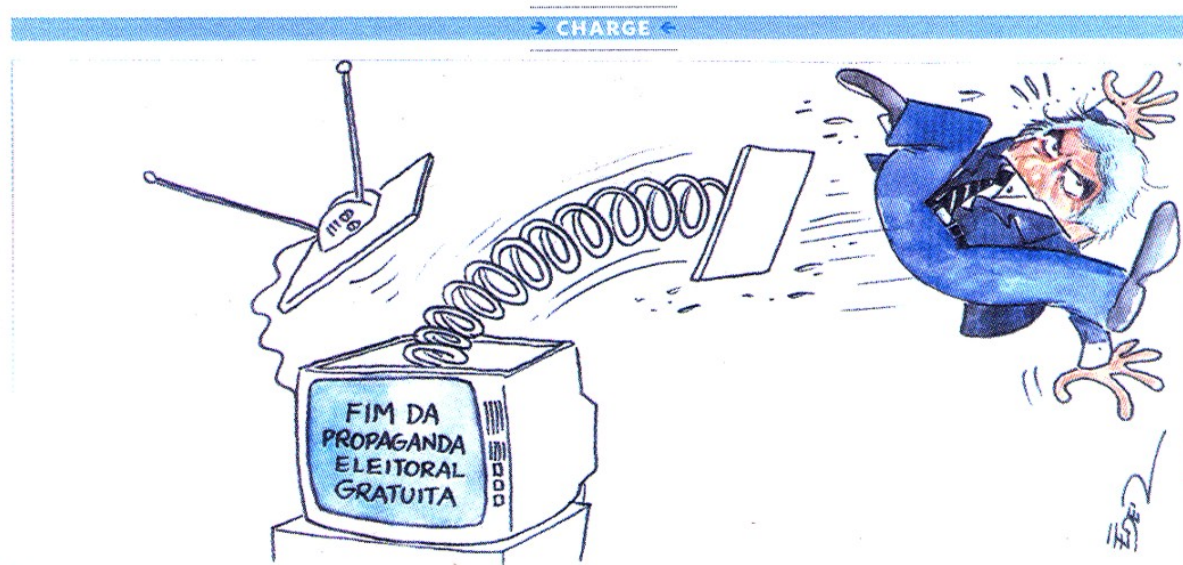


Ilustração 4: Charge sobre decisão de tirar Delcídio do Amaral do programa eleitoral. Fonte: Correio do Estado, A4, 28/09/2007.

O desenho mobiliza o discurso lúdico, pois vemos o candidato Delcídio do Amaral sendo atirado para fora de uma televisão por meio de uma mola, fazendo alusão a um brinquedo em que a cara de um palhaço salta de dentro de uma caixinha de surpresas, com intuito de divertir as crianças. Além disso, ocorre outra relação interdiscursiva que coloca em cena o discurso midiático e o discurso político, ao utilizar a imagem do aparelho de televisão.

Isso porque, ao observarmos a forma como o candidato foi retratado pelo chargista, verificamos, pela expressão facial, que ele se mostrou contrariado com a decisão do Tribunal Regional Eleitoral (TRE) em excluí-lo do horário gratuito e, conseqüentemente, excluí-lo dos lares dos seus possíveis eleitores nas vésperas do pleito quando poderia reforçar sua imagem e conquistar mais votos.

A charge também exclui a propaganda eleitoral dos lares dos cidadãos, por meio do enunciado “fim da propaganda eleitoral gratuita”, e remete à discursivização de que o fim do horário político representa um “alívio” aos telespectadores, reforçando a imagem desgastada da classe política, que hoje está descaracterizada e sem valor junto ao eleitor.

Ao divulgar os últimos números das pesquisas eleitorais, na edição do dia 1º de outubro, o Correio utiliza novamente a charge para ilustrar sua opinião a respeito do fato.

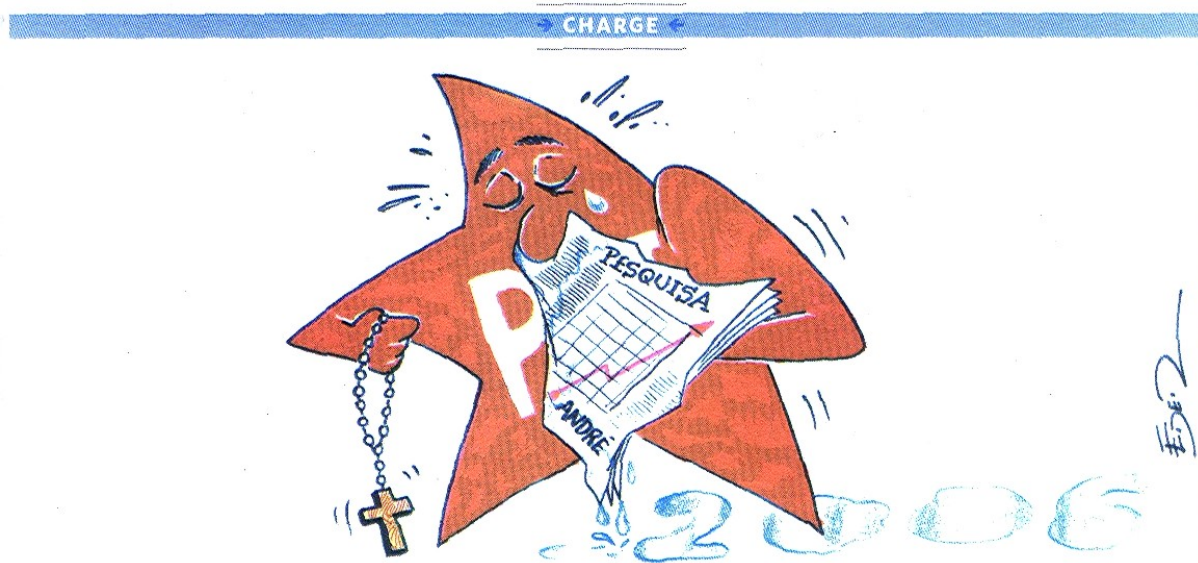


Ilustração 5: Charge sobre resultados das pesquisas. Fonte: Correio do Estado, A4, 01/10/2007.

No desenho, não temos a figura dos candidatos, apenas a estrela vermelha – símbolo do PT – que chora e enxuga as lágrimas com um lenço no qual está estampado o resultado das pesquisas, junto ao nome de André Puccinelli e uma seta vermelha indicando a liderança no gráfico. As gotas que escorrem do lenço formam 2006, numa alusão ao ano das eleições e ao projeto de candidatura do PT ao governo. Porém, um detalhe na outra mão deixa transparecer que ainda pode haver uma esperança ou um milagre: a estrela segura firme um terço. Notamos, então, por meio dos símbolos, a presença do discurso religioso (terço, representando a fé e a possível ocorrência do milagre) em contraponto com o discurso racional ou científico (retratado por meio das pesquisas), numa relação interdiscursiva que mostra a heterogeneidade enunciativa dos discursos em pauta.

Ao utilizar o símbolo do partido, ao invés da imagem de Delcídio do Amaral, o jornal não atribui a possível derrota à pessoa do candidato e sim a todo o PT.

No dia 2 de outubro, o tema da charge foi a eleição do candidato André Puccinelli.

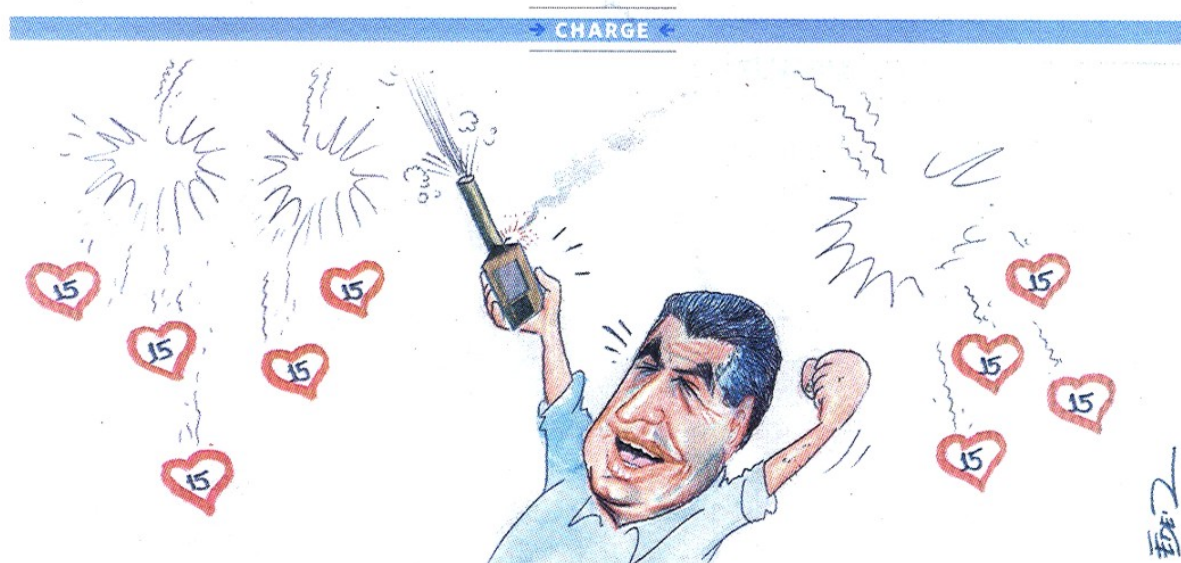


Ilustração 6: Charge sobre a vitória de André Puccinelli. Fonte: Correio do Estado, A4, 02/10/2007.

No desenho, ele aparece com um disparador de fogos de artifício. Os desenhos formados pelos fogos formam a logomarca utilizada pelo candidato: o número 15 dentro de um coração. Os fogos marcam a presença do discurso das grandes festas populares no Brasil, acontecimento em que sempre há comemoração por meio de espetáculos com fogos de artifício. Vale lembrar, neste ponto da análise, de algumas considerações sobre o acontecimento discursivo. Na Análise do Discurso, a universalização da singularidade do acontecimento permite que o acontecimento discursivo seja associado ao senso comum. Neste caso, o discurso do senso comum brasileiro associa os fogos a uma formação discursiva que aplaude as nossas festas populares, momentos felizes que merecem grande e barulhenta comemoração.

Até aqui se pode notar que o candidato é mostrado vestindo camisas. Na charge, a seguir, produzida após as eleições, e sobre a abertura do governador José Orcírio para a equipe de transição, Puccinelli aparece de terno. Essa estratégia amparada pela mudança visual do candidato vem marcar a presença das relações de poder no discurso político.

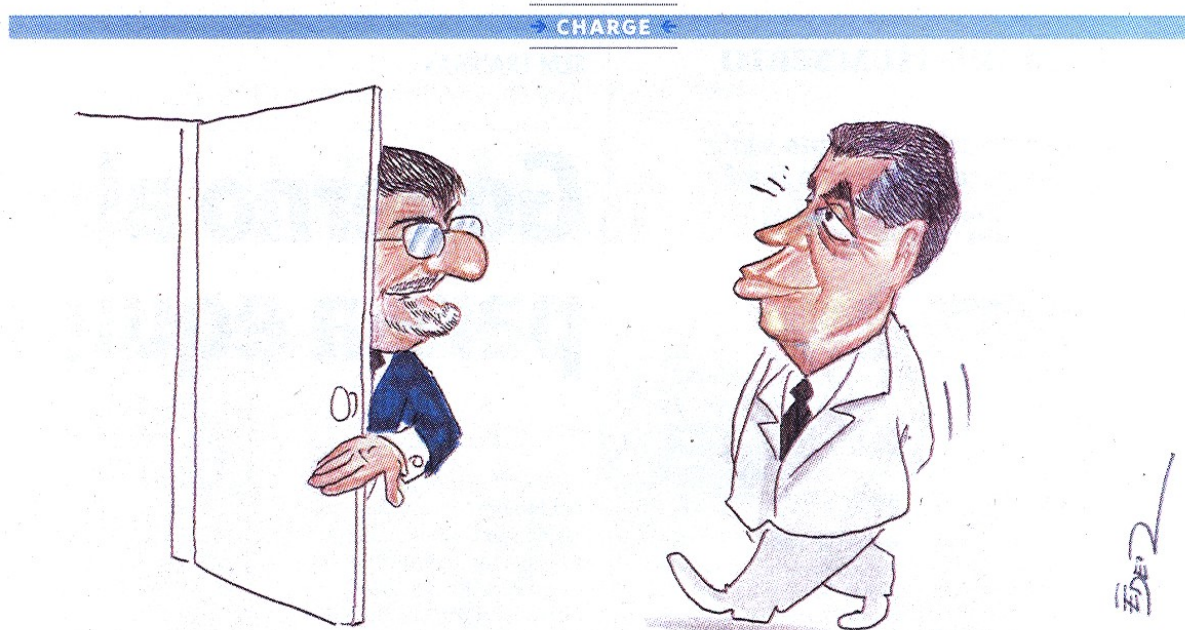


Ilustração 7: Charge sobre transição entre os governos. Fonte: Correio do Estado, A4, 03/10/2007.

Observamos o governador José Orcírio, que durante o processo eleitoral chegou a “virar as costas” para o candidato André, agora em postura diferente, cordial, abrindo “as portas do governo” para Puccinelli, representando uma retratação por parte do atual governador.

Ao analisarmos as charges, reforçamos o que foi apontado pelos autores citados, que, para melhor interpretação da opinião expressa pelas ilustrações e enunciados, é necessário que o público esteja familiarizado com o conteúdo abordado, caso contrário, resta apenas o humor, sem maior significação.

Por meio dos efeitos de sentido mobilizados pelas charges, o jornal “Correio do Estado” se posiciona em relação ao acontecimento discursivo das eleições, porém o faz de forma diferenciada da observada no gênero Reportagem, ou nas chamadas de primeira página. Como gênero da modalidade Comentário, a charge tem característica argumentativa, porém, a opinião é suavizada pela utilização decorrente do humor. Isso significa que as formações ideológicas presentes nas formações discursivas desses veículos midiáticos estão construídas por meio de estratégias muito sutis, o que vem facilitar o estabelecimento do contrato com o leitor, já que elas passam uma imagem de que o discurso opinativo não surge imposto diretamente, em uma efetiva argumentação favorável ao referido jornal.

Também verificamos nas charges, assim como nos outros gêneros estudados, as marcas lingüísticas dos interdiscursos que compõem as formações discursivas do jornal, caracterizadas, ainda, pela heterogeneidade. Isso nos permite dizer que o jornal constrói sua

imagem com base, principalmente, na utilização de outros discursos no fio do seu discurso (discurso jurídico, discurso moralista, da mídia, político, das festas populares, científico, etc.), de outras vozes, apelando para a memória discursiva do público, colaborando para o efeito de sentido de afastamento do sujeito enunciatador do discurso, que assim fica mais crível para o leitor. Porém, ao se aproximar desses outros discursos, e incorporá-los no suporte, permite ao analista encontrar as pistas para traçar o seu perfil identitário.

4.4 Coluna: os bastidores dos acontecimentos

Dentre os gêneros da modalidade Comentário, o que mais obteve espaço no jornal “O Progresso” foi a Coluna.

No jornalismo brasileiro, o colunismo ganha importância a partir da década de 1950, tendo como destaque o jornalista Ibrahim Sued que assinou durante 45 anos uma coluna publicada em impressos cariocas, entre eles os jornais “O Globo” e “Jornal do Brasil”. O gênero Coluna origina-se na imprensa norte-americana. Segundo Melo (1994, p.136) trata-se “de um mosaico, estruturado por unidades curtíssimas de informação e opinião, caracterizado pela agilidade e abrangência”. O autor ressalta também que a coluna é uma seção do jornal, com autoria definida, onde são emitidos juízos de valor de maneira sutil ou ostensiva, com natureza persuasiva e elaborada de forma a conduzir a opinião pública.

A sobrevivência desse gênero nos impressos brasileiros se deve a necessidade de alimentar a vaidade dos “colunáveis” (pessoas citadas nas colunas); fazer que a maioria dos leitores que está excluída do poder ou da fama participe desse mundo; insinuar fatos, lançar idéias para avaliar a forma de repercussão; e estimular o consumo, oferecendo modelos de comportamento (MELO, 1994). Essas funções “fazem parte dos mecanismos de reprodução social e de controle político da sociedade burguesa” (idem, p.140).

Para conseguir produzir o conteúdo, o colunista tem que contar com uma rede ampla de fontes (informantes) e manter um relacionamento que lhe permita com facilidade capturar e registrar os fatos. De acordo com Melo (idem), no colunismo o jornalismo e a comercialização se envolvem de forma mais profunda:

Exatamente por essa polarização de poder que adquire, o colunista extrapola a sua atuação profissional como jornalista. Deixa de ser um mero observador da realidade para registrá-la e valorá-la, assumindo o papel de *promotor social*. Faturando o prestígio de sua coluna e aproveitando o relacionamento que obtém nos ambientes que frequenta, o colunista promove bailes, festas, concursos, premiações, que, ser por um lado movimentam o conteúdo jornalístico das informações que divulga, por

outro lado passa a constituir uma fonte adicional de rendimentos materiais. (MELO, 1994, p. 143)

Na imprensa brasileira, há vários tipos de colunas relacionadas às áreas de cobertura de interesse do noticiário, como política, economia, cinema, polícia, música, esportes, televisão, entre outros, como pudemos verificar na produção do inventário dos gêneros jornalísticos utilizados pelos jornais “Correio do Estado” e “O Progresso”. É importante destacar que esses espaços encontram-se sempre nas mesmas páginas e em locais fixos para facilitar o acesso do leitor.

Ao analisarmos os espaços ocupados, no jornal “O Progresso” por cada um dos dois candidatos nesse gênero do discurso jornalístico é possível constatar que André Puccinelli obteve vantagem sobre Delcídio do Amaral: foram 553 cm/col contra 239 cm/col. Também verificamos que, ao mencionar o candidato André Puccinelli, os colunistas o fazem, na maioria das publicações, de forma a construir uma imagem positiva, por meio da divulgação de suas ações, dos números das pesquisas, de apoios, dentre outros assuntos. Isso não acontece com o candidato Delcídio do Amaral e com os políticos do PT, de modo geral, como veremos nas análises que seguem. Para essa dissertação trazemos recortes de três colunas: Informe C, assinada por Cícero Faria; Conjuntura, por Williams Araujo; e Carrossel, por Vander Verão. Todas classificadas como coluna política.

Na edição dos dias 23 e 24 de setembro, Cícero Faria publica nota em sua coluna sobre a participação dos dois candidatos nas comemorações do aniversário de Corumbá, MS. Sob o título “Saindo faísca” o colunista escreve:

O clima foi de constrangimento e de ira no palanque oficial durante o desfile de comemoração dos 228 anos de Corumbá, na quinta-feira. De um lado, Zeca e Delcídio e de outro, Puccinelli e Marisa. Estavam separados apenas por autoridades militares. O governador não escondeu seu mal-estar com a presença do candidato do PMDB.

Puccinelli ainda ironizou o afastamento de Zeca para trabalhar na campanha de Delcídio: “virar um jogo para quem está perdendo por 15 a zero é muito difícil. Não vamos deixar fazer nem o golzinho de honra”. (O Progresso, A4, 23 e 24/09/2007)

Aqui identificamos a presença do interdiscurso esportivo para retratar a disputa política, pois a competição traz “de um lado, Zeca e Delcídio” e “de outro, André e Marisa”. Ainda, pelo segundo parágrafo, podemos afirmar que se trata do interdiscurso do futebol, modalidade na qual dois times rivais se enfrentam e, para conquistar a vitória, devem desafiar o adversário, entrar no seu campo e marcar o gol. A princípio há uma indefinição na disputa entre o time do PT, formado pelo governador Zeca do PT e o seu candidato Delcídio do

Amaral, e o time da oposição, formado por André Puccinelli e pela candidata Marisa Serrano. Porém, o clima é tenso, marcado pela escolha das palavras **constrangimento** e **ira**.

Verificamos que a situação criada é bastante favorável ao candidato do PMDB, pois ele conseguiu entrar no campo do adversário – o palanque para as comemorações do aniversário de Corumbá – conseguiu incomodar seus rivais – o governador não se sentiu bem com a situação – e tem grandes chances de vencer a disputa, na opinião do colunista. Isso se torna mais evidente quando ele escolhe o verbo **ironizar**, e não outro verbo pretensamente mais neutro como dizer ou falar, para introduzir o discurso de André Puccinelli sobre o apoio de Zeca do PT à candidatura de Delcídio do Amaral. Ele também reforça seu ponto de vista sobre o acontecimento ao inserir justamente um recorte do discurso de Puccinelli no qual ele diz “virar um jogo para quem está perdendo por 15 a zero é muito difícil. Não vamos deixar fazer nem o golzinho de honra”, gerando um efeito de sentido de que o “jogo” está definido e não vale à pena ficar “do lado” de quem está perdendo, o que podemos considerar como uma estratégia para persuadir o público.

A improvável vitória de Delcídio do Amaral é estampada de forma mais ofensiva pelo mesmo colunista em duas notas publicadas no dia 26 de setembro (Anexo 26/CD). Na primeira, Cícero Faria apresenta o discurso do deputado federal do PT, Antônio Carlos Biffi, para quem as pesquisas que indicam a vitória de André não refletem a realidade. Ao dar o título “Eu acredito em duendes...” para a nota, ele debocha da opinião do deputado petista e deixa marcada sua opinião, por meio de uma estratégia discursiva que remete ao interdiscurso das fábulas infantis, repletas de personagens imaginários, e que não têm espaço no mundo adulto, real. A palavra **duendes** remete aos candidatos Delcídio do Amaral e Egon Krakhecke e indiretamente a sua vitória, portanto, o deputado Biffi, na opinião do colunista, acredita em algo muito improvável.

Não só a opinião de Biffi é ironizada pelo colunista. Em seguida e sob o título “... ele também”, representando uma continuidade da nota anterior, Faria introduz o discurso do governador Zeca do PT e o desqualifica. Ele deixa claro que o governador baseia-se em pesquisas internas do partido e não em pesquisas de institutos independentes, que dariam mais credibilidade aos números. E acrescenta, ao final da nota, o seguinte enunciado: “Mas ainda estaria longe do segundo turno”. Também destacamos a escolha do verbo **falar** e não outro mais forte como **afirmar** ou **garantir** (MARCUSCHI, 1991) para introduzir o discurso oficial, enfraquecendo o argumento utilizado por Zeca do PT. De acordo com Bueno (2000, p. 346) o verbo **falar** é transitivo e significa “dizer; proferir; conversar; articular palavras”; **afirmar** significa “asseverar; declarar com firmeza; tornar firme; confirmar” (idem, p. 33) e

garantir, “afiançar; responsabilizar-se por; abonar; tornar seguro; afirmar como certo” (idem, p. 381). Portanto, além de Biffi, no discurso do colunista, o governador também acredita em algo improvável: a vitória de Delcídio.

“Tudo ou nada” é o título da nota escrita por Cícero Faria no dia 28 de setembro sobre a carreata realizada pelo PT para marcar o final da campanha:

Ontem foi a vez de Delcídio, Egon, João Grandão e outros candidatos – escoltados por Tetila e vereadores, colocarem o seu bloco na (sic) ruas douradenses, no ato derradeiro da campanha, encerrado com um comício à noite. Como o município é o segundo colégio eleitoral do Estado, com 129.683 votantes, e ainda administrado pelo PT, a companheirada aposta alto. (O Progresso, A4, 28/09/2007)

Destacamos a escolha do verbo **escoltar**, utilizado no modo particípio. Segundo Ferreira (1999, p. 798) escoltar significa “acompanhar para defender ou guardar” ou “ir ou seguir junto de, acompanhar”. No discurso jornalístico, verificamos que é freqüente o uso do verbo **escoltar** no noticiário policial, que remete ao interdiscurso da própria polícia e serve para indicar a ação de proteger os presos ou as testemunhas ameaçadas. Um possível efeito de sentido para essa construção é o de que os candidatos do PT precisavam da proteção do prefeito de Dourados e de seus vereadores. Perguntamos: proteção dos ataques da oposição ou da própria população, cuja maior parte, como indicavam as pesquisas, votaria no candidato peemedebista? São alguns possíveis efeitos de sentido gerados pelo discurso do colunista.

Observamos a presença do interdiscurso das festas populares brasileiras, especificamente o carnaval, marcada pelo enunciado “colocarem o seu bloco na (sic) ruas douradenses”. Bloco é empregado aqui com o significado de grupo de foliões, que durante o carnaval dançam e cantam nas ruas ao som de bateria (FERREIRA, 1999). Ao remeter ao discurso do carnaval em uma nota sobre campanha política, o colunista banaliza o acontecimento, retira a seriedade que deveria estar presente no processo eleitoral. Finalmente, Faria introduz o discurso do PT marcado pelo termo “**companheirada**”. Entre os filiados e políticos do Partido dos Trabalhadores é costumeiro usar a palavra **companheiro**, ou sua variante feminina, como forma de tratamento. Porém, ele não utiliza a forma plural correta – os companheiros – e cria uma variante que gera um efeito de sentido pejorativo para denominar aqueles que participaram do encerramento da campanha.

No dia 29 de setembro, o colunista insere uma nota sobre a ação judicial que era preparada pelos advogados de Puccinelli, intitulada “Alienígena” para relatar a presença do candidato Delcídio do Amaral no horário eleitoral destinado aos candidatos a deputado (Anexo 27/CD). Isso foi alvo de ação preparada pelos advogados de Puccinelli, processando

Delcídio do Amaral pelo descumprimento da decisão judicial que determinou a suspensão do seu programa no rádio e na televisão. Se, anteriormente, Cícero Faria havia atribuído a palavra **duende** para qualificar Delcídio, nesta nota é a palavra **alienígena**, que se refere ao candidato petista. Portanto, temos a utilização de mais uma expressão ofensiva, utilizada como mecanismo discursivo para desacreditá-lo perante a opinião pública. Esse ponto de vista é reforçado pelo uso do enunciado **aparição**, ambos remetendo ao interdiscurso das histórias de ficção científica e de terror, cujos personagens são considerados irreais.

Após os resultados das eleições, o colunista Cícero Faria publica nota no dia 2 de outubro intitulada “Ele é ele”:

Embora o PT tenha batido na campanha que a eleição de André Puccinelli seria o retorno do “atraso” político e das mazelas administrativas, a realidade é que o polenteiro (no jargão do JabáFest) tem seu estilo próprio, considerado até duro demais por aliados. Como prefeito da capital, ele demonstrou a sua capacidade de gerenciar a maior cidade do Estado e, por consequência os maiores problemas. Se engana, segundo alguns peemedebistas, que Puccinelli vai escancarar o seu governo para todo mundo mandar. Quem vai tocar a *tarantela* será ele... (O Progresso, A4, 02/10/2006)

Verificamos que ele traz o discurso do PT utilizado nas eleições contra o candidato do PMDB e o desqualifica, especialmente, por meio da acusação de que a eleição de Puccinelli representaria o retorno às “mazelas administrativas”, utilizando como contra-discurso a “capacidade de gerenciar a **maior** cidade do Estado” e “os **maiores** problemas”. O uso repetido do adjetivo **maior** enfatiza as qualidades de bom administrador do governador eleito. O título remete à construção da imagem de uma pessoa forte, decidida e que não cede aos arranjos políticos, o que é ratificado pelo uso dos enunciados: “tem seu estilo próprio”, “considerado até duro demais” e “quem vai tocar a *tarantela* será ele”. O uso das expressões “polenteiro” e “tarantela” remetem à origem italiana de André, em que “tarantela” nos remete ao governo, em uma construção de que haverá um comando firme exercido por Puccinelli.

Já no dia 3 de outubro, ainda na coluna Informe C, a vitória de André em Dourados é comentada pelo colunista com uma nota intitulada “Arrasou” (Anexo 28/CD). Trata-se de um verbo utilizado na terceira pessoa para indicar a ação de alguém. Pelo discurso que segue verificamos que o sujeito da ação é Puccinelli que “arrasou” o PT em Dourados, ou seja, humilhou, destruiu (FERREIRA, 1999). Faria exalta a vitória qualificando-a de “inquestionável” e, para isso, utiliza a força dos números dos votos e das porcentagens, em que o discurso traz a interdiscursividade da estatística, das ciências exatas, da verdade.

A humilhação do PT torna-se mais evidente quando o colunista menciona que mesmo com um prefeito do PT, no comando do município, “boa parte dos douradenses tem certa distância” do partido. Reforça, também, a importância da liderança local de Murilo Zauith, eleito vice-governador pela coligação de Puccinelli, a quem atribui a qualidade de “locomotiva” da campanha. Verificamos, portanto, que, para o colunista, a força do PMDB e do PFL, personificadas em André e Zauith, é tão expressiva que impediu a vitória do PT em Dourados, articulando efeitos de sentido que demonstram que a administração petista não teve força suficiente para mudar o quadro ou foi incapaz disso.

Passamos para as análises da coluna de Williams Araujo, intitulada Conjuntura. Na edição dos dias 23 e 24 de setembro, a primeira nota publicada traz o título 51 e veicula um acontecimento dos bastidores do aniversário de Corumbá:

Virou piadinha nas rodinhas políticas o fato de André Puccinelli ter dito em Corumbá, na quinta-feira, que se ficar abaixo de 60% nas eleições paga coca-cola para Zeca.

Diante da provocação do candidato do PMDB, um gaiato emendou: “O duro vai ser convencer o governador a tomar refrigerante se o que ele mais gosta é um pouco mais forte”. (O Progresso, A3, 23 e 24/09/2006)

Destacamos o uso dos diminutivos **piadinha** e **rodinha**. O primeiro, usado na linguagem popular, significa “piada leve, alusão irônica, picuinha ligeira” (FERREIRA, 1999, p. 1560). Rodinha, derivado da palavra roda, assume aqui o significado de grupos de pessoas, no caso grupinhos de políticos (FERREIRA, 1999). Ambos produzem um efeito de sentido irônico, acentuado pela introdução do discurso do outro, que remete ao fato de que o governador não aceita a provocação de André em tomar o refrigerante porque “o que ele mais gosta é um pouco mais forte”. Então entendemos o porquê do título 51 que remete à marca da aguardente – bebida com alto teor alcoólico obtida da destilação de frutos – e, neste discurso, é a bebida preferida do Zeca do PT. Trata-se de uma opinião desfavorável e bastante ofensiva à imagem do governador do PT, atingindo indiretamente a campanha do partido pelo Governo do Estado. Temos a presença do interdiscurso moralista que condena tipos de comportamento, entre eles o consumo de bebidas alcoólicas, valorizado pelo fato da pessoa a quem se refere o discurso ser o governador do Estado, do qual se espera compostura, retidão e bom exemplo.

Ao utilizar o título 51, o jornalista acredita que o seu leitor possui o mesmo domínio lingüístico, caso contrário a comunicação não terá o efeito pretendido:

O domínio de experiência comum pode ser considerado como dado, ou pode ser constituído *ad hoc*. Isto quer dizer que dois interlocutores podem considerar óbvio que falam da mesma coisa (dadas as circunstâncias) [...]. Mas também pode suceder

que este domínio deva ser negociado porque as representações dos interlocutores não coincidem em determinado momento. [...] É que, ao falar, sempre nos utilizamos, além de recursos tipicamente lingüísticos [...], de outros elementos, que poderíamos por enquanto chamar de discursivos e que são todos aqueles que não obrigam o locutor a ser absolutamente explícito. (POSSENTI, 1993, p. 51)

Em seguida é publicada uma segunda nota com o título “Espelho meu” (Anexo 29/CD). Essa expressão remete ao discurso dos contos infantis, especificamente ao conto da Branca de Neve, cuja madrasta, a bruxa má, era muito vaidosa e sempre perguntava ao espelho: “Espelho, espelho meu, há no mundo alguém mais bela do que eu”. A nota da coluna traz a porcentagem de André nas pesquisas: 62%, o que alimenta a vaidade do candidato e justifica sua provocação, tornando-a mais evidente. O colunista tenta amenizar o discurso da vitória utilizando o enunciado “Na verdade, André Puccinelli tem hoje 62% das intenções de voto na corrida sucessória conforme atestam os institutos de pesquisa, **ao mesmo até o momento**” (sic), indicando que essa pode ser uma situação provisória, que poderá ocorrer uma mudança nos números, confirmada pelos analistas. Porém, não consegue atenuar o efeito ao cometer outro erro na redação: “Só que, para os analistas, o percentual tanto poderá **aumentar quanto crescer** até a reta final da campanha”.

“Revanche” é o título da terceira nota (Anexo 29/CD), publicada na sequência, que relata a irritação de Puccinelli, causada por “agressões e ataques pessoais” dos petistas. Vamos destacar os enunciados: “André Puccinelli prometeu ir à forra”, “disse que agora quer bater em Delcídio, o segundo nas pesquisas com 27%, dentro de seu domicílio eleitoral” e “prometeu uma pescaria no Pantanal para comemorar”, que marcam o discurso de André Puccinelli na coluna. Ao realizar esses recortes, o efeito de sentido produzido pelo colunista ressalta a característica provocadora do candidato do PMDB, mencionada na primeira nota. Podemos interpretar que a postura provocadora de Puccinelli deve-se aos números da pesquisa que o colocam em situação muito favorável e, de certa forma, lhe autorizam a agir assim evidenciando um jogo de forças e de poder.

Em nota publicada no dia 26 de setembro (Anexo 30/CD), Araujo diz que o governador Zeca do PT “faz jogo de cena” ao apoiar e dizer que o candidato petista Delcídio do Amaral é melhor do que Puccinelli e tem chances de ir para a disputa em segundo turno. A estratégia discursiva utilizada na persuasão do leitor, em relação ao comportamento de Zeca, introduz uma confiança na forma de discurso direto “Que se dane o partidarismo”, atribuída a ele. Temos a presença do interdiscurso teatral - faz jogo de cena -, neste contexto utilizado para atribuir ao governador a imagem de alguém falso e dissimulado, consolidada pelo título

“Amigo da onça” (sic), um sinônimo variante de amigo-urso que significa amigo falso, hipócrita, infiel (BUENO, 1989).

No jornal “O Progresso” é publicada outra coluna política intitulada Carrossel e assinada pelo editor-chefe do periódico Vander Verão. Para as análises escolhemos duas notas que tratam da participação dos candidatos ao governo do Estado, no debate realizado pela TV Morena.

A primeira, intitulada “Último cartucho”, foi publicada no dia 26 de setembro, antes da realização do debate:

Os cinco candidatos ao governo do Estado participam de debate na noite de hoje, após a novela “Página da Vida”, na TV Morena. André Puccinelli (PMDB), Delcídio Amaral (PT), Elizeu Amarilha (PSDC), Tito Lívio (PV) e Carlito Dutra (PSOL) confirmaram presença. É a última oportunidade para que cada um dos concorrentes ao Parque dos Poderes possa expor suas metas de trabalho. Debates desse tipo podem influenciar os eleitores, principalmente os indecisos e, também, provocar mudança de opinião em eleitores que estão decididos a votar em determinado candidato. Logicamente, tudo vai depender do rendimento na “telinha” de cada um dos cinco candidatos. Esses debates, geralmente são marcados por troca de farpas, principalmente envolvendo os candidatos que polarizam a campanha eleitoral, Aliás, André Puccinelli e Delcídio Amaral (com apoio do governador Zeca) vêm trocando acusações na reta final da corrida. Tudo indica que isso também será levado para a “telinha” na noite de hoje. André – como atestam todas as pesquisas -, lidera folgadoamente e pode liquidar a “fatura” já no primeiro turno. No entanto, análises políticos acreditam que se não ocorrer um fato novo – uma denúncia concreta -, dificilmente os ventos da sucessão vão mudar de direção. (O Progresso, A3, 26/09/2006)

No gênero, o colunista marca sua posição de forma sutil, ao compararmos às outras colunas analisadas. O acontecimento apresentado é a eminência do debate na “TV Morena”. Como foi abordado no jornal “O Progresso” e no jornal “Correio do Estado” há uma expectativa de um embate “quente” entre os dois principais candidatos e o discurso leva o leitor a crer que se trata de um evento definitivo para os resultados nas urnas. O discurso do jornalista é favorável ao candidato do PMDB, o que pode ser verificado neste enunciado “André – como atestam **todas** as pesquisas, lidera **folgadoamente**”. As palavras grifadas poderiam ser retiradas sem prejuízo do sentido, porém ao inseri-las no seu discurso, ele torna quase inquestionáveis as chances de vitória de Puccinelli. Isso é ressaltado pela escolha do verbo **liderar** no modo presente, que também indica um peso maior ao discurso. Há uma tentativa de amenizar sua opinião utilizando a construção **pode liquidar**. Como vimos anteriormente o verbo **poder** quando utilizado junto a outro verbo no infinitivo pode significar possibilidade.

Ao observarmos o último enunciado, constatamos o uso inadequado de **no entanto**, que significa “todavia, porém” (BUENO, 1989, p. 297) e deveria introduzir um argumento oposto ao apresentado anteriormente. Mas, o discurso do colunista, ao mobilizar a forma negativa “não ocorrer um fato novo” e o enunciado “difícilmente os ventos vão mudar”, não produz o efeito esperado, não coloca em oposição os dois significados. O esperado seria: “No entanto, os analistas políticos acreditam que se ocorrer um fato novo – uma denúncia concreta – os ventos da sucessão podem mudar de direção”. Ao destacar “uma denúncia concreta”, ele marca seu ponto de vista e anuncia que as denúncias ocorridas até então são insuficientes para mudar os resultados apontados pelas pesquisas.

Em nota publicada no dia 28 de setembro, Verão avalia o debate. Novamente podemos observar que ele apresenta sua opinião de forma sutil. Sob o título “Todos ganharam”, o colunista escreve o seguinte:

O debate entre os cinco candidatos a governador promovido anteontem pela TV Morena, foi marcado pela discussão de propostas. Delcídio Amaral (PT), até que tentou polemizar com André Puccinelli (PMDB). Mas, o ex-prefeito da Capital não caiu na “armadilha” de seu principal adversário. Diante da tática do peemedebista, o petista teve que se contentar em divulgar a sua plataforma de governo. Lógico, como está em segundo lugar nas pesquisas, Delcídio procurou colocar André “na parede”. Porém, não atingiu o seu objetivo. Com isso, o debate foi morno e não teve polêmicas como muitos esperavam. Sem farpas e de alto nível. Com certeza, qualquer petista acha que Delcídio venceu o debate. E qualquer peemedebista, pelo contrário, acha que André foi o melhor na telinha. Na verdade, todos os cinco ganharam, porque puderam explicar algumas de suas propostas, principalmente, para incrementar a economia de Mato Grosso do Sul. Os outros três candidatos – Carlito Dutra (PSOL), Elizeu Amarilha (PSDC) e Tito Lívio (PV) – também aprovaram a realização do evento, já que tiveram mais tempo para explanar sobre algumas de suas metas, o que não aconteceu durante o horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão. É difícil saber se o debate influenciou os eleitores indecisos ou se colaborou para que eleitores mudassem a direção do voto, que será dado no próximo domingo, já que os candidatos repetiram suas propostas, que foram feitas durante a campanha eleitoral. (O Progresso, A5, 28/09/2007)

Na sua opinião, o debate contrariou as expectativas apontadas na nota anterior e foi “morno”, “sem farpas” e “não teve polêmicas”. No entanto, ele aprovou o desempenho dos candidatos, dizendo que foi um evento de “alto nível” e, no qual, todos se saíram bem ao apresentarem suas propostas. O único que não conseguiu alcançar o seu objetivo, segundo Vander Verão, foi o candidato petista Delcídio do Amaral. Destacamos o uso do verbo **tentar** e da construção **ter que se contentar** atribuídos as suas ações que ressaltam a incapacidade do candidato em mudar a situação e com a qual ele deve se conformar. De forma indireta, o colunista aponta Delcídio do Amaral como perdedor, acentuando sua imagem negativa e desaprovando seu comportamento, no sentido de que ele construiu “armadilhas”, ou seja,

ciladas. Segundo o discurso, tal tática surge como desesperadora - “lógico, como está em segundo lugar nas pesquisas”. Observamos que o insucesso de Delcídio do Amaral com vista a provocar André Puccinelli, é mencionado duas vezes seguidas:

Delcídio Amaral (PT), até que tentou polemizar com André Puccinelli (PMDB). Mas, o ex-prefeito da Capital não caiu na “armadilha” de seu principal adversário. Diante da tática do peemedebista, o petista teve que se contentar em divulgar a sua plataforma de governo. Lógico, como está em segundo lugar nas pesquisas, Delcídio procurou colocar André “na parede”. Porém, não atingiu o seu objetivo. (idem)

O jornalista encerra a nota dizendo que é difícil afirmar se o debate conseguiu influenciar os eleitores, pois na ausência de polêmicas, os candidatos “repetiram” as propostas apresentadas durante a campanha, sem articular novidade. Porém, como vimos na nota anterior, há uma previsão anunciada “se não ocorrer um fato novo – uma denúncia concreta -, dificilmente os ventos da sucessão vão mudar de direção”, que acaba confirmada por Vander Verão na segunda nota, ou seja, a de que André Puccinelli seria eleito já no primeiro turno.

Por meio das análises das notas nas três colunas políticas, publicadas no jornal “O Progresso”, podemos constatar a expressão da opinião de forma mais explícita, às vezes de modo sutil, outras vezes de forma mais ofensiva. Vale ressaltar que os posicionamentos dos colonistas, em geral, vão ao encontro da ideologia do jornal e confirmam o favorecimento do candidato do PMDB, agora, tanto no noticiário, quanto no espaço argumentativo. Isso se torna evidente ao observarmos certas expressões escolhidas pelos colonistas para se referirem aos políticos, filiados e simpatizantes do Partido dos Trabalhadores: duendes, alienígena, “companheirada”, “petezada”, amigo-da-onça e aparição, se comparadas àquelas escolhidas para qualificar André Puccinelli, como italiano ou polenteiro, e os políticos do PMDB, simplesmente peemedebistas.

Diante do que foi articulado podemos afirmar que os posicionamentos dos jornais analisados está permeado por questões ligadas ao discurso jurídico, esportivo, policial, moralista, político, do carnaval, da estatística, entre outros, o que vem confirmar nossas convicções de que o discurso jornalístico é complexo e multifacetado, além de apresentar situações tensas, de ruptura e de resistência.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo estudar o processo identitário de dois jornais impressos de Mato Grosso do Sul – “Correio do Estado” e “O Progresso” – por meio da análise dos gêneros do discurso utilizados no suporte e do acontecimento discursivo. Trata-se de um tema importante, pois, em uma sociedade democrática, uma das premissas básicas para o pleno exercício do papel de cidadão é o acesso à informação. No Brasil, o direito a esse acesso é garantido pela Constituição Federal. Mas, quais os meios utilizados para a nossa informação? Onde buscarmos o que precisamos saber para nos posicionarmos como sujeitos críticos da democracia? Os veículos de comunicação assumiram esse papel e são responsáveis pela divulgação de informações sobre o que acontece na cidade, no estado, no país e no mundo.

Ao analisar as condições de produção dos jornais, as escolhas e a articulação dos gêneros nesse suporte, tivemos a pretensão de, ao final do trabalho, conseguir conscientizar, primeiramente, aqueles que atuam no meio jornalístico, para que façam uma reflexão sobre seu trabalho e sua função social e, em segundo lugar, aqueles que fazem dos impressos materiais didáticos e “pedagogizantes” para suas aulas, no sentido de que estimulem uma leitura mais crítica e atenta sobre esse suporte, contribuindo para que um número maior de pessoas consiga vislumbrar as marcas ideológicas presentes em escolhas lexicais aparentemente neutras do discurso jornalístico.

O estudo dos gêneros do discurso jornalístico é alvo de discussão e controvérsia entre os próprios pesquisadores da área de comunicação. Separados por meio de classificações, que remetem a dicotomia entre *informação* e *opinião* ou *relato* e *comentário*, quando analisados verificamos que mesmo os textos tidos como informativos ou de relatos registram a voz do jornal, o seu posicionamento.

No estudo em questão, escolhemos dois jornais impressos de Mato Grosso do Sul – “Correio do Estado” e “O Progresso” – que apresentam trajetória importante na história da sociedade regional. Observamos por meio da articulação das condições de produção dessas duas instâncias, do levantamento sobre o surgimento dos veículos, que ambos têm raízes políticas e, posteriormente, por meio das análises ficou evidenciado que se posicionam de forma subjetiva, ao retratar acontecimentos dessa natureza, como as eleições para o governo do Estado em 2006. As duas mídias constroem identidades distintas e isso pôde ser constatado

na investigação dos aspectos verbais e dos deslizamentos de sentido dos principais gêneros discursivos que abordaram o acontecimento.

Se o discurso pode ser considerado como o lugar em que se realiza a ideologia, não há como o discurso jornalístico escapar disso. Imparcialidade, verdade e objetividade são as principais palavras que guiam o trabalho dos repórteres na produção e redação de notícias. Porém, verificamos, ao analisar as instâncias de produção midiáticas, que há um posicionamento mobilizado pelos interdiscursos, por meio da heterogeneidade, do silêncio, na escolha dos conteúdos e até mesmo na escolha dos gêneros. Certamente, esse posicionamento refletirá a identidade dessas instâncias.

Ao descrevermos a articulação dos gêneros do discurso jornalístico no suporte em ambos os jornais, constatamos que os textos classificados na modalidade de gêneros de informação ou relato ocupam a maior parte das páginas. Isso também foi constatado quando observamos o acontecimento específico: eleições para o cargo de governador do Estado. Porém podemos dizer que o reduzido espaço ocupado pelo gênero opinativo ou de comentário está longe de representar a imagem de neutralidade nas duas instâncias enunciativas.

Pontuamos que, mesmo com a predominância do gênero informativo em ambos os jornais, cada um tentou construir uma imagem diferenciada do candidato apontado como favorito nas pesquisas. Observamos que as escolhas pelos conteúdos, gêneros e espaço foram definitivas para comprovar que a imagem de veículos de comunicação objetivos, neutros e imparciais é desconstruída por meio da análise dos gêneros do discurso jornalístico em ambos, e que esses posicionamentos ainda permanecem como mitos da atividade jornalística.

Porta-voz da sociedade sul-mato-grossense é a identidade assumida pelos dois periódicos em sua linha editorial. Assim, os discursos veiculados por ambos deveriam refletir as diversas vozes da sociedade de forma equilibrada, além, de refletir no suporte os anseios, inquietações, problemas dos cidadãos do Estado, uma vez que é esse o papel ressaltado por ambos em sua linha editorial. O “Correio do Estado” e “O Progresso” sempre se colocam como aqueles que procuram levantar as bandeiras da comunidade regional, se pautar pelos desejos da maioria, e defendem que isso só é possível porque possuem como traços identitários a objetividade, a isenção, a imparcialidade. Tais traços, segundo a linha editorial, estão presentes no noticiário. Os periódicos também se dizem críticos, mas ressaltam que sua opinião fica circunscrita aos devidos espaços, ou seja, aos gêneros da modalidade Comentário, principalmente o Editorial.

Isso começa a ficar mais claro quando comparamos o espaço ocupado por um e por outro candidato nas edições analisadas. O candidato do PMDB André Puccinelli obteve,

em ambos os veículos, maior quantidade de centímetros por coluna. Se tivéssemos optado por terminar nossos estudos na análise quantitativa, chegaríamos à conclusão de que os jornais “Correio do Estado” e “O Progresso” privilegiaram o referido candidato. Mas, por meio da análise das chamadas de primeira página, das reportagens, das charges e das colunas publicadas constatamos que cada jornal assume um posicionamento diferenciado, com relação à disputa entre os dois candidatos principais e que conceder mais espaço a um candidato nem sempre significa privilegiá-lo na divulgação, haja vista as intrincadas relações de poder que permeiam esses discursos.

Ao observarmos a materialidade lingüística, por meio dos interdiscursos, da heterogeneidade, do aspecto verbal e dos deslizamentos de sentido presentes no discurso do jornal “Correio do Estado”, verificamos que ele se posiciona de maneira desfavorável ao candidato do PMDB, especialmente nas chamadas de primeira página e reportagens analisadas. Porém, ao mesmo tempo não chega a contribuir efetivamente para a construção de uma imagem positiva do candidato do PT, Delcídio do Amaral. Já o jornal “O Progresso”, que em um primeiro momento nos parecia apresentar certo equilíbrio no tratamento aos dois candidatos, se aproxima do discurso de André Puccinelli e se posiciona de forma favorável a este candidato. Nas colunas, observamos até uma postura ofensiva em relação ao candidato petista.

Verificamos, porém, que no período analisado não houve sequer um editorial que tratasse do acontecimento Eleições 2006, especialmente, sobre a disputa envolvendo os dois principais candidatos André Puccinelli e Delcídio do Amaral. Isso pode ser interpretado como uma escolha, na direção de se afastar do assunto e não se posicionar oficialmente. Porém, observamos nas análises que os dois jornais se posicionaram e marcaram sua ideologia por meio da utilização de outros gêneros do discurso jornalístico.

De um lado, constatamos que há estratégias argumentativas muito marcadas nas chamadas de primeira página e nas reportagens, afastando o noticiário de sua função informativa. Ao observarmos as classificações apresentadas pelos teóricos do jornalismo, esses espaços devem ser restritos a relatos dos acontecimentos. Esse ponto de vista é reforçado no discurso da linha editorial dos dois periódicos, ressaltando que a crítica e a opinião se restringem ao Editorial, aos gêneros da modalidade Comentário, e não permeiam os gêneros informativos ou de relato. Por outro lado, sabemos que isso não acontece na prática, pois o noticiário é o recorte, a representação da realidade elaborada pelo veículo de comunicação. Ao interpelar o leitor por meio dos gêneros de relato, os jornais estabelecem um contrato no qual se colocam como sujeitos detentores do saber e do poder de informar os

cidadãos, por meio da “reprodução fiel” dos fatos. Aos olhos dos leitores comuns é isso o que realmente acontece e os traços argumentativos podem passar despercebidos. É a forma mais sutil de impor sua ideologia e persuadir o público.

É pertinente dizer que a seleção dos acontecimentos que o jornalista enuncia pressupõe, da sua parte, um julgamento, na maior parte dos casos, implícito, acerca da relevância e do seu interesse para o público. A formação desse julgamento está relacionada implicitamente a uma visão do mundo interiorizada pelo próprio jornalista que a considera, também, universalmente partilhada pela audiência. O jornalista, ao enunciar, parte do pressuposto de que a audiência tem interesse em conhecer o que enuncia. Isto é, a enunciação jornalística, nesse sentido, é um trabalho de transformação incorporal dos fatos, fazendo os aceder, por meio da sua enunciação, ao público. Um texto jornalístico é, por isso, um ato de linguagem que consiste no desdobramento de um trabalho de transformação, feliz ou infeliz, provocado pelas ações que a enunciação põe em cena, colocando, assim, em relação duas temporalidades-limite, um antes e um depois, mediante uma temporalidade transformadora de mediação, no caso as eleições de 2006 em Mato Grosso do Sul.

Na configuração do trajeto temático sobre a identidade sul-mato-grossense nos jornais analisados é possível afirmar que na relação estabelecida entre enunciado verbal e não verbal, a memória que é acionada aqui tem o efeito de produzir, no presente, identidade(s) da mídia pela retomada de temas e de imagens construídos em outros discursos e em outras épocas (NAVARRO-BARBOSA, 2007).

Como tal, o texto jornalístico é um processo de doação de sentido, uma vez que dá a ler uma orientação para o devir, é discurso, disposição ordenadora dos fatos, tornando os, desse modo inteligíveis, situados numa lógica racionalmente compreensível. Nessa perspectiva, na enunciação jornalística, predomina o valor referencial; pressupõe a veracidade dos fatos a que se refere e a autenticidade do seu relato. O pressuposto dessa veracidade institui um autêntico contrato entre o jornalista, por um lado, e a audiência, por outro, e isso pode ser comprovado por meio das escolhas enunciativas.

Com frequência ouvimos as pessoas dizerem “é verdade, o jornal publicou” ou “eu vi na televisão”. Sabemos que as “verdades” divulgadas pela mídia dificilmente são questionadas pelo público. Porém, sabemos também que em nome de interesses da empresa jornalística, e de outros que permeiam as relações de poder existentes entre a mídia e outros atores da sociedade, o noticiário é manipulado para favorecer ou desfavorecer um e outro.

Uma das questões interessantes a colocar sobre a enunciação jornalística é a da sua inteligibilidade por parte da audiência: como é possível que os enunciados elaborados

pelos jornalistas sejam entendidos por um número indefinido de pessoas, apreendendo o seu sentido a partir da experiência de mundos vividos e situados dentro de horizontes heterogêneos? Nesta pesquisa, o jornal recorreu aos processos metalingüísticos, de redundância e contextualização para se fazer compreendido. Mas, não tem, ao seu alcance, a heterogeneidade de sentidos a que seu discurso dá origem, já que não pode identificar todos e cada um dos seus interlocutores, nem pode, conseqüentemente, no decurso do processo enunciativo, controlar as hipóteses interpretativas a partir das quais cada um infere aquilo que pretende dizer. Ele transmite um conjunto de saberes, converte em notícia os fatos ocorridos no mundo, informa sua audiência daquilo que de relevante aconteceu, mas não controla a heterogeneidade de sentidos que essas transmissões e esses saberes adquirem por parte dos seus interlocutores, não lhes comunica um sentido, não integra esses sentidos num mundo mutuamente partilhado.

Há ainda outro aspecto a ser levado em consideração no discurso jornalístico: o silêncio. É um silêncio que não cessa de se deslocar, à medida que o jornalismo prossegue incansavelmente a sua representação discursiva. Embora logicamente prévio, o silêncio percorre, no entanto, de uma ponta a outra, todo o discurso jornalístico. Mesmo quando o discurso jornalístico é referencialmente correto, quando representa exatamente aquilo que aconteceu, é atravessado, por um lado, daquilo que, numa primeira aproximação, podemos designar como a dimensão referencial e a dimensão significativa, e por outro lado, a dimensão expressiva e o sentido da representação discursiva. É nos interstícios entre essas diferentes dimensões da enunciação que um silêncio constitutivo e indizível, mas cheio de sentido heterogêneo, se instala. É, no fundo, com esse silêncio que o discurso jornalístico dialoga.

Fáceis de identificar, esses aspectos de silêncio deixam em branco unidades significantes, na cadeia de expressões lingüísticas, unidades que a audiência é levada a complementar, assumindo, assim, um papel ativo, tanto na reconstituição da cadeia das formas significantes elidida ou implícita, como na elaboração de um sentido comum. E duas delas, importantes neste trabalho, são a de *Argumentar* – orientar inferências a partir do que foi dito ou realizado, e de *Persuadir* – buscar convencer o *outro* da importância e da veracidade do relato, utilizando-se, no caso da *sedução*, apelos muitos comuns (por exemplo, na abertura de uma matéria).

É nesse processo que a *recepção* é construída, mediante um conjunto de regras e de instruções construídas pelo campo da produção, para serem seguidas pelo campo da recepção (audiência), condição por meio do qual ele se insere no sistema interativo proposto e pelo qual ele é reconhecido e, conseqüentemente, se reconhece como tal. O *outro*, que

compôs a cadeia interativa da atividade *linguageira jornalística*, não é apenas uma personagem revestida com certos matizes de indicadores sociais, mas alguém que é construído na própria produção imaginária dos organizadores e enunciadoreis do discurso. Nesse sentido, acreditamos que fica difícil pensar o jornalismo como uma mera reprodução do real, uma vez que as tensões, as “vozes” (política, moralista, da ciência, entre outras), as práticas discursivas atravessam o campo jornalístico, e que reduzi-lo a uma simples técnica, ao simples acionamento de regras “mecânicas”, seria perder sua própria dimensão, seu próprio objeto.

É preciso ressaltar, ainda, nestas considerações, alguns pontos discutidos ao longo do trabalho. Não houve a pretensão de apresentar nossas reflexões como sendo a última palavra sobre jornalismo e jornalistas, a verdade sobre essa prática. No entanto, acreditamos que um olhar de fora, de um *outro*, o do analista do discurso, tem um excedente de visão, retomando Bakhtin, que pode acrescentar, conferir outros sentidos ao *um*. Esse foi nosso objetivo: não apontar defeitos ou culpados, mas possibilitar outras reflexões.

Nosso interesse em investigar o discurso jornalístico nos levou a olhar de forma mais atenta os muitos textos ligados a essa comunidade, textos que circulam em nosso dia-a-dia. Não apenas os veiculados nos chamados jornais de referência, mas também o que se fala sobre ele, desde seu poder de informar, de trazer o novo, até seu poder de convencimento, de impor *o que* se deve falar e discutir. De início, intrigavam-nos determinadas afirmações, que provinham de alunos e/ou jornalistas, como a de que teriam por missão iluminar os leitores, não apenas no sentido de dar a eles o conhecimento dos fatos como também o de tornar a leitura desses fatos transparente, a mais clara possível. Investigamos, então, o diálogo do discurso jornalístico com outros campos, sua heterogeneidade constitutiva. Essa leitura possibilitou a apreensão de vozes que, no nosso entender, são aquelas que entram na constituição do saber discursivo da comunidade jornalística, aquele que é colocado à disposição de seus sujeitos: a luz do literato, do político-combativo, do cientista. Em sua construção, como vimos, na transposição de sentidos provenientes de outros campos, ocorrem repetições, atenuações e até mesmo silenciamentos. Por exemplo, as diferentes versões publicadas pelos dois jornais sobre a participação dos candidatos nas comemorações do aniversário de Corumbá. Cada um recortou um aspecto do acontecimento, ressaltou-o e “apagou” o que não interessava divulgar de acordo com o seu posicionamento ideológico.

A análise também possibilitou apreender os sentidos que formam a representação sobre o sujeito jornalista e sua prática, representação essa que circula na comunidade, com a qual os sujeitos se reconhecem, constroem sua identidade, *o sujeito que tem por missão levar a verdade*. Os traços apreendidos e avaliados como constitutivos da identidade heterogênea do

sujeito jornalista, a verdade que provém de outros campos, puderam ser observados também nos textos produzidos por jornalistas, nos gêneros discursivos estudados. Por exemplo, no noticioso, verificamos traços do sujeito combativo, como a busca pelo furo, convivendo com outros ligados ao campo da ciência, como a exatidão. O efeito de verdade, que textos do gênero noticioso possibilitam construir, decorre em grande parte, como procuramos mostrar, da escolha desse gênero para veicular os acontecimentos, assim como de muitos dos textos, como os que analisamos figurarem na primeira página do jornal. Apontamos, assim, esse espaço como privilegiado para “dizer sem ter dito”, para deixar no nível do implícito a posição ideológica do jornal.

No que diz respeito ao gênero reportagem, a análise apontou determinados recursos, o *como dizer* dos textos, que tomamos como marcas lingüísticas desse gênero. A princípio a reportagem se restringiria ao relato ampliado do acontecimento, implicando uma contextualização. Mas, os textos analisados vão além. Pudemos verificar, especialmente por meio das escolhas verbais e dos deslizamentos de sentido que tais estratégias contribuem para criar o efeito de sentido que é historicamente construído e não decorrente do significante lingüístico, uma vez que para a Análise do Discurso a língua não é autônoma, tampouco completa (GUERRA, 2006).

Assumindo a idéia de que toda representação é política, discutimos a eficácia do discurso da imprensa. A análise apontou estratégias discursivas, como deslocamentos e apagamentos, visando a eliminar as contradições, e criar uma hegemonia ideológica. Se pensarmos no papel que essa comunidade atribui a si, o de fiscalizar o poder, esse momento pode ser visto como privilegiado uma vez que propiciou a reiteração desses sentidos. Provavelmente a confiança depositada pelos leitores nessas instituições cresceu, não se pode negar que o episódio fortaleceu a imagem de imprensa combativa, imprescindível a uma sociedade que se quer democrática, “transparente”. Os episódios recentes acarreta(ra)m, assim, implicações que repercutem no “mundo dos jornalistas” e, por extensão, no “mundo dos leitores”, uma vez que, como mostramos, os fatos chegam já carregados de acentos de valor.

Talvez seja a resposta àqueles que possam receber nossas reflexões como uma crítica implacável ao ‘mundo dos jornalistas’, como a afirmação de que nele não há espaço para sujeitos compromissados com os problemas de seu tempo, com os homens de seu tempo. Assim, acreditamos na possibilidade desse espaço, em jornalistas que veiculam outras vozes, outros pontos de vista além dos hegemônicos. Trata-se de dar visibilidade ao outro, aquela que as páginas de jornal possibilitam: uma luz sobre o que ficou na penumbra.

Mesmo sem a intenção de encontrar uma resposta fechada e definitiva sobre os modos pelos quais os dois jornais construíram a representação das Eleições de 2006, em Mato Grosso do Sul, o presente trabalho cumpre seu papel de trazer para a pesquisa acadêmica um tema que muito provavelmente se esconderia por muitos outros anos nos arquivos históricos dos veículos estudados. Das inúmeras reflexões geradas pela análise, pode-se extrair com pertinência uma conclusão: quando em jogo a hegemonia de determinados grupos ou projetos políticos, é evidente a construção de representações e identidades por parte do veículo. Portanto, o silêncio em determinadas situações e valorização de certas temáticas em outras, como avaliamos na análise, comprova que a cultura da mídia produz representações que tentam induzir anuência a certas posições políticas, levando os membros da sociedade a ver em certas ideologias “o modo como as coisas são”. E assim também foi, no caso de “O Progresso” e “O Correio do Estado”, com a cobertura das eleições estaduais na nossa região.

Com essa análise, buscamos sustentar que o discurso jornalístico faz circular um sentido dominante, inscrito por uma voz (diretor) que se sobrepõe a tantas outras vozes (editor, fotógrafo, repórter, entrevistados, chargistas, etc.). Ainda que apagadas e silenciadas, elas não deixam de existir e irrompem por vezes de modo incontrolável, instalando lugares discursivamente marcados pela denúncia e reivindicação. Outras vezes, essas vozes aparecem na tessitura textual, marcadas em uma fotografia, faixa, placa, desenhos, como parte da reportagem e da notícia, e, nesses casos, nem atribuímos importância a elas. Mesmo sem nos importarmos, elas sempre estão presentes, marcadas ou não, a nos dizer que o relato jornalístico é recorte de uma narrativa e, como tal, não pode ser tomado como retrato fiel da realidade. Antes disso, precisa ser considerado como uma voz que produz efeitos de sentido, a partir de um lugar, em que várias vozes são emendadas, apagadas ou dilatadas.

Enfim, quem estuda as vozes do discurso jornalístico sabe que é um tipo de pesquisa de grande complexidade, pois exige muito mais do que meramente identificar “quem fala”. Mapear os enunciadores requer a incorporação de conceitos fundantes da Análise do Discurso, associados à compreensão do Jornalismo como um modo de conhecimento que resulta das condições de produção ou existência aqui já citadas.

E entre as grandes problematizações a serem feitas sobre o Jornalismo, está a relação entre sua natureza pública e a exigência de que seja um lugar de circulação de diferentes saberes sobre os fatos e o mundo. Assim, somente a pluralidade de perspectivas de enunciação pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos ideológicos do Estado*. 3. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1980.
- ARAUJO, I. L. *Foucault e a crítica do sujeito*. Curitiba: Editora da UFPR, 2000.
- AUTHIER-REVUZ. Heterogeneidade enunciativa. In: *Cadernos de Estudos Lingüísticos*. Campinas: UNICAMP/Instituto de Estudos da Linguagem, jul.dez. 1990, p. 25-42.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- BAKHTIN, M. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- BARROS, Antônio T.; VALE, Gabriela F. A charge como crítica jornalística. *Signos*. Lageado: UNIVATES, ano 23, dez. 2002.
- BARROS, D.L.P. Contribuições de Bakhtin às teorias do discurso. In BRAIT, Beth. *Bakhtin, dialogismo e construção do sentido*. Campinas: UNICAMP, 1997, p. 27-38.
- BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.
- _____. *Jornalismo interpretativo*. Porto Alegre: Sulina, 1976.
- _____. *Jornalismo Opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- _____. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. São Paulo: EDUSP, 1992.
- BRANDÃO, H. N. Subjetividade, representação e sentido. In _____. *Subjetividade, argumentação, polifonia. A propaganda da Petrobrás*. São Paulo: UNESP, 1998, p. 33-45.
- BUENO, Silveira. *Minidicionário da língua portuguesa*. São Paulo: FTD, 2000
- CATÔNIO, Ângela Cristina Dias do Rego. *Oração dominical: a notícia nossa a cada domingo*. Campo Grande: UNIDERP/UMESP, 1999. 80 f. (Monografia de especialização)
- CHAPARRO, Manuel Carlos de. *Sotaques d'aquém e d'além mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro*. Santarém: Jortejo, 1998.
- CHARAUDEAU, Patrick. *O discurso das mídias*. Trad. Ângela M.S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.
- CORACINI, M.J.F. O discurso da lingüística aplicada e a questão da identidade: entre a modernidade e a pós-modernidade. In _____. *O desejo da teoria e a contingência da prática. Discursos sobre/na sala de aula*. Campinas: Mercado de Letras, 2003, p. 97-116.
- DURIGAN, Marlene. *Apresentação de trabalhos científicos: das estruturas e normas à representação lingüística*. Três Lagoas: UFMS, 2007 (material apostilado).
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Aurélio século XXI: dicionário de língua portuguesa*. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. 6. ed. Trad. Selma T. Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- _____. *Resumo dos cursos do Collège de France (1970-1982)*. Trad. Andréa Daher. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- _____. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005.
- _____. *A ordem do discurso*. 13. ed. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Edições Loyola, 2006.
- _____. *Vigiar e Punir*. Trad. Raquel Ramallete. 31. ed. Petrópolis: Vozes, 2006b.
- _____. *Microfísica do poder*. Trad. Roberto Machado. 21. ed. Rio de Janeiro, Graal, 2006c.
- FRANCISCO, Kárita Cristina. *O estudo do economês nos jornais "O Estado" e "Correio do Estado" de Mato Grosso do Sul*. Brasília: Departamento de Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, 2006. 126 f. (Dissertação de mestrado)

- GORE, J. M. Foucault e Educação: fascinantes desafios. In SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *O Sujeito da Educação*. Petrópolis: Vozes, 1994, p. 09-20.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. *Foucault e Pêcheux na análise do discurso: diálogos e duelos*. São Carlos: Claraluz, 2004.
- GREGOLIN, Maria do Rosário (org). *Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo*. São Carlos, Claraluz, 2003.
- _____. *Análise do discurso: entornos do sentido*. Araraquara: Cultua Acadêmica, 2001.
- GREGOLIN, Maria do Rosário, BARONAS, Roberto (org). *Análise do discurso: as materialidades do sentido*. São Carlos: Claraluz, 2003.
- GUERRA, V.M.L. O legado de Michel Foucault: saber e verdade nas Ciências Humanas. In GUERRA, V.M.L.; NOLASCO, E.C. (orgs.) *Discurso, alteridades e gênero*. São Carlos: Pedro & João, 2006, p. 201-214.
- INDURSKY, Freda, FERREIRA, Maria Cristina Leandro. *Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar*. São Carlos: Claraluz, 2005.
- LOPES, S. A . *Sobre o discurso jornalístico: verdade, legitimidade e identidade*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1990. 231p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social).
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Trad. de Freda Indursky. 3 ed. Campinas: Pontes, 1997.
- _____. *Gênese dos discursos*. Trad. Sirio Possenti. Curitiba: Criar Edições 2005a.
- _____. *Análise de textos de comunicação*. Trad. Cecília P. de Souza e Silva. 4. ed. São Paulo: Cortez, 2005b.
- MALDIDIER, Denise. *A inquietação do discurso: (re) ler Michel Pêcheux hoje*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.
- MALHEIROS, Márcia Rita T. L. *Trabalhos de Graduação. Material didático organizado para os cursos de graduação e pós-graduação lato sensu da UNIDERP*. Campo Grande: UNIDERP, 2007 (material apostilado).
- MARCUSCHI, Luiz Antônio. A ação dos verbos introdutórios de opinião. *Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo: INTERCOM, ano 14, jan./jun. 1991.
- MELO, José Marques de. *Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo*. São Paulo: FTD, 1992.
- _____. *A opinião no jornalismo brasileiro*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MORALES, Evelyn Leite. *40 anos de sátira no jornalismo impresso diário de Campo Grande*. Campo Grande: UNIDERP, 2003. 150 f. (Trabalho de conclusão de curso de graduação)
- MOUILLAUD, Maurice. *O jornal – da forma ao sentido*. Trad. Sérgio Grosso Porto. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- NAVARRO-BARBOSA, P. L. Mídia, Memória e Identidade. In: POSSENTI, Sirio; FONSECA-SILVA, M. da Conceição (orgs.) *Mídia e Rede de Memória*. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007, p. 93-110.
- _____. O pesquisador da mídia: entre a “aventura do discurso” e os desafios do dispositivo de interpretação da AD. In: NAVARRO-BARBOSA, P. L. (org.) *Estudos do Texto e do Discurso*. Mapeando Conceitos e Métodos. São Carlos: Claraluz, 2006, p.67-92.
- ORLANDI, Eni Pulcinelli. *A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso*. 4. ed. Campinas: Pontes, 1996.
- _____. *Discurso e Texto: formação e circulação dos sentidos*. 2. ed. Campinas: Pontes, 2005.
- PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. São Paulo: UNICAMP, 1988.
- _____. *Análise Automática do Discurso*. In HAK, T; GADET, Françoise. *Por uma Análise Automática do Discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Trad. Bethania Mariani [et al.].Campinas: UNICAMP, 1990, p. 61-87.

- _____. *O Discurso: estrutura ou acontecimento*. 4. ed. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 2006.
- POSSENTI, Sírio. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- REVEL, Judith. *Michel Foucault: conceitos essenciais*. São Carlos: Claraluz, 2005.
- SILVA, Denize; E. G. da, VIEIRA, Josênia Antunes. *Análise do discurso: percursos teóricos e metodológicos*. Brasília: Editora Plano, 2002.
- SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.
- TODOROV, Tzvetan. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.
- TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.