

A EN(CENA)ÇÃO ENUNCIATIVA NO EDITORIAL

Cíntia Regina de ARAÚJO¹

RESUMO

Objetivamos, neste texto, uma análise da cena enunciativa no gênero editorial do domínio discursivo do jornalismo escrito, tendo em vista a perspectiva de Ducrot (1987). Organizamos o trabalho apresentando o quadro teórico como suporte da análise realizada.

Palavras-chave: editorial, jornalismo escrito, cena enunciativa.

ABSTRACT

In the study, we aim to analyse an enunciative scene in the publishing sort of the discursive domain in written journalism, according to the perspective of Ducrot (1987). We organize the study by presenting the theory as support for the carried out analysis.

Keywords: editorial, written journalism, enunciative scene.

1-Considerações iniciais

Neste trabalho, propomos refletir sobre o evento interativo no gênero editorial², com ênfase nos elementos que compõem a cena enunciativa: i) interactantes (quem diz? para quem diz?); ii) temáticas (o que se diz? ou de que se diz algo?); iii) objetivos (por que se diz?); iv) contexto sócio/histórico/ideológico (quando se diz? onde se diz?).

É importante salientarmos que os interactantes do editorial – editorialista e leitores – não são apenas sujeitos empíricos, mas representam papéis sociais determinados na estrutura social na qual estão inseridos. O editorialista representa a autoridade da instituição jornalística para a qual trabalha, sujeito imbuído de conhecimentos e informações que o tornam digno de confiança na comunidade para a qual diz.

Analisamos a cena enunciativa do editorial a partir da perspectiva de Ducrot (1987), porque, ainda que inegável a contribuição de Benveniste para o desenvolvimento dos estudos sobre a enunciação, concordamos com alguns críticos, como, por exemplo, Brandão (1996, p.48), que a abordagem enunciativa proposta por Benveniste é excessivamente centrada no locutor, que é visto como sujeito constituído pela subjetividade e senhor de seu próprio discurso, uma vez que a enunciação, para o autor, é toda estruturada a partir do Ego e de todo o seu paradigma (pessoas, momentos, lugares).

Já na concepção de Ducrot, a enunciação não se resume a um “eu”, mas a locutores e a enunciadorees que “falam” e “polemizam” de maneiras diferentes, constitutivas do texto. O lingüista contesta a unicidade do sujeito falante, propondo um desdobramento do sujeito em sujeito empírico, ser do mundo; locutor, responsável pelo dizer; enunciador, a fonte do dizer. Além disso, o autor estabelece uma distinção entre frase – objeto teórico não observável, subjacente ao enunciado –; enunciado – manifestação particular, dado observável pelo lingüista – e enunciação, que é o evento constituído pelo aparecimento de um enunciado.

¹ Doutoranda em Análise do Discurso pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora substituta da UFMG.

² Gênero estudado em nossa dissertação de mestrado – “O domínio discursivo do jornalismo escrito: um estudo sobre o editorial” – sob a orientação da Prof^a. Dr^a Maria de Lourdes Meireles Matencio, na PUC Minas, em 2002.

2- A en(cena)ção enunciativa no editorial

Ao tratar da enunciação, Ducrot (1987, p.161) concebe as figuras do sujeito falante, do locutor e enunciador, sendo que um mesmo sujeito pode desempenhar ou não as três funções. Dessas três funções, duas são figuras discursivas, ou seja, são “personagens” da cena enunciativa: locutor e enunciador.

O locutor é o ser do discurso a quem cabe a responsabilidade do enunciado, a quem se refere o pronome “eu” e as outras marcas de primeira pessoa. Já o enunciador é também um ser discursivo, cuja voz está presente na enunciação, sem que possamos, no entanto, atribuir-lhe palavras precisas, uma vez que ele não “fala”, mas é “falado” pelo locutor.

O autor (1987, p.192) salienta que:

o enunciador é uma espécie de personagem, que se “fala” é somente no sentido em que a enunciação é vista como expressando seu ponto de vista, sua posição, sua atitude, mas não, no sentido material do termo, suas palavras.

Nessa perspectiva, o locutor é o organizador do discurso, uma vez que, ao se instaurar como “eu”, dá existência a enunciadores e a locutores de quem organiza os pontos de vista e as atitudes.

Ducrot ainda propõe um desdobramento do locutor: “locutor enquanto tal” e “locutor enquanto pessoa do mundo”, sendo que o primeiro diz respeito ao responsável pela enunciação e é considerado apenas em função dessa propriedade, ou seja, é o locutor visto no seu engajamento enunciativo; ao passo que o segundo é compreendido como “pessoa completa”, isto é, uma pessoa que pode possuir outras propriedades além da responsabilidade da enunciação.

Na concepção do lingüista, o sujeito falante é o ser da experiência, aquele que escreveu ou pronunciou o discurso, aquele a quem denominamos autor do texto. Ainda, o tempo é inserido na enunciação em função de cada sujeito: há um tempo do locutor e um tempo do sujeito falante, cada um correspondente à sua enunciação, ao aqui/agora.

Em sua perspectiva, podemos nomear, como funções do sujeito, na construção do editorial, as seguintes:

- i) sujeito falante, o **autor** do texto, o ser empírico que trabalha na redação da instituição e é responsável pela construção do texto;
- ii) locutor, o ser do discurso, responsável pelos enunciados presentes no texto. Esse sujeito é representado pelo **editorialista**, uma vez que ele é quem articula o texto. No editorial, a função de locutor não coincide com a de sujeito falante, porque o editorialista é porta-voz de uma instituição, de quem assume os pontos de vistas e as ideologias;
- iii) enunciadores, as “**vozes**” que permeiam o editorial, agenciadas pelo locutor (editorialista), que as organiza conforme seus objetivos. A presença dessas “vozes” no texto caracteriza o que denominamos de polifonia.

A construção do editorial, como a de qualquer outro texto, não é um ato isolado, solitário, mas um ato em conjunto, em que o leitor (enunciatário) também faz parte da construção textual. Ao construir o editorial, o editorialista o faz embasado na representação do leitor ao qual se destina o texto, o que, conseqüentemente, determina o formato do texto. Sendo assim, é importante pensar na função que o enunciatário exerce na configuração e funcionamento do editorial, destacando-se na cena enunciativa um outro sujeito: o enunciatário, que é representado pelo **leitor virtual** do editorial.

Nas seções seguintes, discutimos, detalhadamente, essas funções, separando-as por: i) **quem diz**, função atribuída aos locutores e aos diversos enunciadores que “dizem” no editorial; ii) **a quem se diz**, função que remete ao enunciatório, no caso, ao leitor virtual do editorial.

2.1-Locutor(es) e enunciadores: quem diz?

Embora o editorial venha marcado pela ausência de assinatura, há, como em qualquer outro texto, um indivíduo que o produz, um sujeito empírico do enunciado, um ser da experiência, o autor do texto. Esse autor assume o papel social de editorialista, momento em que passa de figura empírica para figura discursiva que “diz”, ou seja, esse sujeito deixa de ser autor para se constituir como locutor, aquele que tem a autoridade para “dizer” no editorial. Sendo assim, o locutor exerce a função social de editorialista; ele passa a “dizer” de um certo lugar social determinado pela instituição jornalística para a qual trabalha.

De certa forma, apaga-se o sujeito empírico, o indivíduo real, para dar lugar ao sujeito institucionalizado, ao editorialista, que não só “diz” a partir do lugar social que ocupa, mas que, também, “harmoniza” no texto as diversas “vozes” que o constituem. O editorialista é, na realidade, um porta-voz de vários enunciadores e locutores, uma vez que a opinião expressa no editorial não é somente a sua e tampouco a do dono da instituição jornalística. Segundo Melo (1985, p. 79), “nas sociedades capitalistas atuais, a opinião expressa no editorial reflete o consenso de várias vozes que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização”, sendo, portanto, o editorial um discurso altamente polifônico. O autor salienta que:

cada editorial passa por um sofisticado processo de depuração dos fatos, e conferência dos dados, da checagem das fontes. A decisão é tomada pela diretoria, funcionando o editorialista, que se imagina alguém integrado na linha da instituição, como intérprete dos pontos de vista que se convencionam devam ser divulgados. Além disso, o contato com personalidades externas à organização significa a sintonização com as forças de que depende o jornal para funcionar ou cujos interesses defende na sua política editorial (1985, p. 81).

Nesse sentido, o locutor “diz” por outros indivíduos, que “olham” e polemizam de posições sociais e ideologias diferentes. Ele gerencia uma pluralidade de “vozes” que atravessam o editorial:

- i) a voz dos acionistas, ou seja, dos constituintes da própria instituição;
- ii) dos financiadores que subsidiam recursos para o jornal;
- iii) do Estado;
- iv) de vários enunciadores e locutores, através de citações, provérbios, slogans, discursos relatados;
- v) do próprio editorialista, que, além de escritor do texto, deixa transparecer sua opinião.

Na realidade, o editorialista possui como função articular um discurso que consiga conciliar as opiniões de todos os que sustentam financeiramente a instituição jornalística, conforme podemos averiguar no exemplo a seguir:

EXEMPLO 1: “Tragédia evitada ou adiada?”, O Estado de São Paulo, 21/02/2001.

Em editorial de ontem já **tínhamos** salientado o poder excepcional que essa inovação tecnológica confere a quem está encarcerado. (...) (...) É por isso que **propúnhamos**, fora o máximo rigor nas revistas das visitas, para impedir sua entrada, tanto quanto na investigação de funcionários suspeitos de os comercializar, a utilização da tecnologia apropriada (...)

Nesse trecho, o editorialista, através da primeira pessoa do plural, deixa claro que o ponto de vista expresso no texto é o da instituição jornalística e não o seu. O “nós” expresso no fragmento refere-se à diretoria editorial e não propriamente ao editorialista, locutor do texto, mostrando que o enunciador assume o ponto de vista da instituição para a qual trabalha: há um “eu” que fala por um “nós”.

O editorialista também traz para o seu texto a “voz” de enunciadores e de outros locutores, através dos discursos relatados, das citações, dos provérbios, dos slogans, das ironias. Essas “vozes” contribuem para a construção do conteúdo temático do texto e para a argumentação, porque legitimam, reforçam ou refutam os argumentos tecidos no texto, conforme podemos ver:

EXEMPLO 2: “O espírito de porco”, O Estado de São Paulo, 08/06/2001.

Quando decretou a moratória, Itamar Franco não se preocupou com as conseqüências, que foram dramáticas para o País, precipitado por seu gesto numa crise que só foi superada depois de um ano. Volta, agora, a agir inconseqüentemente, pouco se lhe dando se sua decisão sabota o esforço que toda a população do País está fazendo para superar a crise energética. Com seu lamentável exemplo açula o natural descontentamento das pessoas que estão tendo a sua rotina alterada pelo racionamento; cria um clima de hostilidade e até de desrespeito ao programa de economia de eletricidade. Antes de saber que existia uma liminar que suspende as punições previstas pela medida provisória do racionamento, o presidente do Supremo Tribunal Federal **comentou**, com óbvia perplexidade, a rebeldia do governador Itamar Franco: **“Sua excelência, que já foi presidente, sabe que vivemos numa federação e não em uma confederação.”**

No trecho acima, o editorialista critica a atuação de Itamar Franco, como governador de Minas Gerais, frente às decisões de Fernando Henrique Cardoso, argumentando que *sua rebeldia atrapalha o desenvolvimento do País e que o governador sabe muito bem que o Estado de Minas Gerais não é um país independente*. Com esse objetivo, através do discurso direto, ele instancia no discurso um outro locutor, uma autoridade política e judicial, *o presidente do Supremo Tribunal Federal*, que reforça seu argumento: *Itamar Franco não pode se comportar como se fosse chefe de um Estado independente*.

Na análise do *corpus*, observamos que, apesar de o sujeito empírico assumir o papel social de editorialista, ao fazer determinadas escolhas lingüísticas, ele não consegue apagar totalmente a marca de sua subjetividade do texto, mostrando de qual perspectiva “diz”, conforme podemos ver a seguir:

EXEMPLO 3: “O mal da ignorância”, Folha de São Paulo, 20/12/2001.

E esse quadro, **já delicado**, pode ser piorado substancialmente, como ocorre na África do Sul, onde pobreza, desinformação e **talvez** má-fé dão contornos surreais à epidemia.

Deve ser salientado, com base nesse trecho, que o editorialista, ao selecionar as estruturas lingüísticas, apesar de que procura manifestar a posição da instituição para a qual trabalha, deixa também transparecer sua perspectiva, fundamentalmente nas escolhas lexicais e na modalização. Ele deixa transparecer a opinião do sujeito empírico que está por trás da função social de editorialista, através dos índices atitudinais “já delicado” e “talvez”, que modalizam aquilo que diz o editorialista. Em outras palavras, nesses momentos, não se pode dizer que há um apagamento do sujeito enquanto pessoa. Através de marcas específicas, o sujeito empírico “traí” o sujeito discursivo, deixando que sua “máscara” caia e sua “pessoa” “fale” no texto.

2.2-Enunciatórios: a quem a se diz?

O editorialista, ao enunciar, “concede-se” o certo lugar de porta-voz da instituição jornalística para a qual trabalha e “atribui” um lugar a seu enunciatório, para que sua “fala” seja legítima. Por exemplo, no editorial “Ioiô promocional”, o editorialista, representante oficial da instituição jornalística “O Tempo”, portanto autoridade que se pretende detentora de conhecimento, “instrumento” de informação, esclarecimento, formadora de opinião, delega ao leitor, não só ao leitor mineiro – esse jornal circula no Estado de Minas Gerais –, mas a todos os leitores brasileiros, o papel social de cidadãos de uma democracia, em que o direito ao voto é condição crucial para mudar o cenário político do País. Vejamos o exemplo:

EXEMPLO 4: “Ioiô promocional”, Hoje em Dia, 22/12/2001.

Os mineiros, **diriam os leitores**, não têm nada com isso. Poderia ser, se não se considerasse o objetivo final da manobra, que envolve todos os brasileiros, mineiros inclusive.

Nesse exemplo, apesar de o editorial circular num jornal do Estado de Minas Gerais, é importante observar que o editorialista concebe como público-alvo de seu texto todos os brasileiros, inclusive os mineiros. Através de estratégias discursivas argumentativas – polifonia (discurso indireto) e operador discursivo “inclusive” –, ele inclui a classe dos mineiros na classe dos brasileiros. Esse trecho não só mostra a quem se dirige o editorialista, como também legitima o argumento tecido pelo editorialista e direciona o leitor para a conclusão: *Garotinho quer ser presidente da República*.

À primeira vista, o editorial é um gênero jornalístico que possui como finalidade orientar a opinião pública, sendo destinado à coletividade. No entanto, alguns autores pensam diferente, como Melo (1985, p. 80), por exemplo, que afirma que “o editorial brasileiro, embora se dirija formalmente à opinião pública, na verdade encerra uma relação de diálogo com o Estado”. Segundo o autor, as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos. O autor salienta que:

não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um

trabalho de “coação” ao Estado para a defesa da interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam (1985, p. 80).

Eron Brum (*apud* Melo, 1985, p. 80) também reforça essa hipótese de que os editoriais são dirigidos ao Estado e não à opinião pública, embora a opinião pública tome conhecimento da argumentação usada e funcione como massa de manobra para o autor.

Quanto a esse respeito, Hohenberg (1960, p. 504) afirma que:

os editoriais dialogam fundamentalmente com os modeladores da opinião pública na comunidade: os homens de negócio influentes, os industriais, os membros das profissões liberais, os médicos, advogados, sacerdotes e professores, homens e mulheres que dirigem grupos fraternais e cívicos e as organizações sociais e religiosas.

Na nossa opinião, o autor compreende melhor a questão. Embora não institua o leitor do jornal como enunciatário do editorial, esclarece melhor a quem o editorialista visa a atingir: não somente o Estado, mas vários órgãos governamentais e indivíduos envolvidos em questões sociais e políticas do País.

Concordamos apenas parcialmente com essa hipótese, porque, a nosso ver, os autores citados, ao instituírem como enunciatário o Estado, o fazem embasados na função e no contexto sócio-ideológico da instituição jornalística, que é o de defender o cidadão perante as mazelas resultantes da má administração do Estado, ou seja, criticar o Estado, incitando-o a tomar uma postura. Antes de atingir o Estado, o editorialista atribui como enunciatário o leitor do jornal para o qual escreve, tentando persuadi-lo para que adira à tese defendida. Portanto, o enunciatário dos editoriais analisados é o leitor do jornal. É interessante observarmos que, na maioria dos editoriais analisados, os temas recorrentes são sempre ligados ao Estado.

Embora Melo (1985) e Eron Brum (*apud* Melo, 1985) afirmem que o editorial se dirige ao Estado, não conseguimos identificar nenhuma marca lingüística nos editoriais analisados que comprove tal afirmação, o que nos leva à hipótese de que os editoriais se dirigem, primeiramente, ao leitor do jornal e não diretamente ao Estado. O que acontece, de fato, é que o editorialista institui como enunciatário o leitor do jornal, mas tendo como objetivo atingir o Estado. Acreditamos que essa é uma estratégia textual de defesa da própria instituição jornalística, porque, se o Estado ou determinada entidade não-governamental se sente lesada, a instituição jornalística responsável pelo editorial tem como provar, inclusive lingüisticamente, que o enunciatário de tal texto é o leitor comum, ou seja, o leitor daquele jornal.

Acontece um jogo extremamente complexo na enunciação do editorial, porque, ao mesmo tempo em que o editorialista se dirige ao leitor do jornal, ele se dirige também ao Estado, sendo possível, como analista do texto, atribuir ao leitor do jornal o papel de “mediador” entre instituição jornalística e Estado. Sendo assim, o editorialista dialoga com o leitor do jornal, numa tentativa de atingir:

- a. o Estado, aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado, criticando-os e incitando-os a tomar determinadas atitudes;
- b. as instituições não governamentais, como o MST (Movimento dos Sem-terra), por exemplo;
- c. o próprio leitor do jornal, num sentido de angariar-lhe a adesão a algum fato ou tema ou informar-lhe algum assunto;

2.3-Conteúdo temático no editorial

O conteúdo temático diz respeito aos “tópicos” ou “macroestruturas semânticas” de um texto, ou seja, ao conjunto de informações apresentadas, explícita ou implicitamente, no texto ou em partes dele.

Nos editoriais analisados, as informações são organizadas hierarquicamente, em termos de relevância, ou seja, do tópico mais importante para o tópico menos importante. Esses tópicos se ligam uns aos outros em forma de uma “cadeia semântica”, através de mecanismos lingüísticos e enunciativos, estabelecendo a coerência global do texto.

Ao realizarem tal movimento, as informações “preenchem” fases ou categorias que constituem o esquema global do texto. Por exemplo, nos editoriais analisados, após ter detectado, como fases do gênero, “definição”, “desenvolvimento” e “desfecho”, verificamos que as informações veiculadas no texto “preenchem” essas fases hierarquicamente. As informações que constituem a fase “definição” vêm em primeiro lugar, uma vez que estabelecem o início da interação verbal e delimitam o assunto a ser discutido ao longo do texto. As demais informações também vêm em ordem de importância: “desenvolvimento” e “desfecho”, seqüencialmente.

Portanto, determinar as informações semânticas textuais implica “reconstruir” o texto, uma vez que é necessário determinar “sentidos” possíveis para o texto ou partes dele e construir o que se poderia ser denominado de síntese (ou resumo) desse texto.

Vejamos, como uma primeira forma de ilustrarmos a organização tópica ou macroestrutural do editorial, o conteúdo temático expresso no texto “Fracasso”:

QUADRO 1

Organização do conteúdo temático no texto “Fracasso”, O Tempo, 06/04/2001.

DEFINIÇÃO

- i) sem-terra invadem fazenda do embaixador brasileiro na Itália,
- ii) sem-terra usam luta pela terra para desgastar o governo e não para assentar famílias;

DESENVOLVIMENTO

- iii) sem-terra querem desgastar o governo;
- iv) sem-terra vão contra autoridade
- v) as fazendas invadidas são produtivas;
- vi) o movimento da reforma agrária no Brasil fracassa por causa do conflito político entre os governantes;
- vii) não há parceria entre o governo e os interessados em realizar a reforma agrária;
- viii) o MST usa o movimento social para chantagear o governo;
- ix) o fracasso da reforma agrária acarreta um fracasso social.

O conteúdo expresso na primeira parte do quadro constitui a **fase definição** do gênero, marcando o início do texto e da interação com o enunciatário. Já o conteúdo expresso na segunda parte do quadro se encontra na **fase desenvolvimento**, momento em que o editorialista dá continuidade ao assunto definido na fase definição.

É importante observarmos que não é possível reverter a ordem dessas informações, levando em conta os mecanismos coesivos que as unem. É necessário que, primeiramente,

o editorialista defina o fato noticioso, em (i), e teça um comentário sobre esse fato, em (ii), delimitando o assunto a ser discutido ao longo do texto; depois explane sobre o assunto sucintamente enunciado na fase anterior, tecendo causas e conseqüências do fato noticioso e, finalmente, retome o que foi exposto na segunda fase, fechando o texto.³

Em termos de domínios sociais, os editoriais analisados tratam de temas variados, mas privilegiam três grandes temas: i) política; ii) economia; iii) administração.

A *Folha de São Paulo*, por exemplo, discutiu em alguns editoriais, respectivamente, problemas relacionados com a postura presidencial de FHC durante seus oito anos de governo, transporte coletivo em São Paulo, criação da bolsa-idoso, sistema carcerário brasileiro.

Os temas são discutidos a partir de fatos noticiosos que estão na ordem do dia e se referem a: i) política interna e externa; ii) problemas administrativos; iii) segurança pública; iv) transporte coletivo; v) educação; vi) saúde; vii) reforma agrária; viii) tráfico de drogas; ix) sistema carcerário e judiciário brasileiro; x) turismo; xi) crise energética; xii) meio ambiente, etc. Por exemplo, durante o período da coleta do *corpus*, período em que estávamos vivenciando o problema da crise energética no Brasil, várias instituições jornalísticas tematizaram, nos editoriais, a crise energética, criticando as medidas tomadas pelo governo federal e acusando-o de ser o principal culpado pelo problema.

2.4-Objetivos dos editoriais

O editorial é resultado de uma atividade lingüística produzida com dada intenção, sob determinadas condições necessárias a que se atinja o propósito visado. Mas que objetivos subjazem à prática dessa atividade lingüística?

Uma vez que o editorialista possui como enunciatário o leitor do jornal, mas visa a atingir o Estado e suas organizações, verificamos que o editorial possui dois grandes objetivos:

- a) persuadir o leitor do jornal para que ele adira à tese defendida no editorial;
- b) coagir o Estado e organizações não governamentais na defesa dos interesses dos segmentos empresariais e financeiros e interesses da coletividade, incitando-os a uma determinada postura ou atitude, ou mesmo elogiá-los perante alguma atitude tomada.

2.5-O contexto sócio/histórico/ideológico do editorial

Os interactantes do editorial – editorialista e leitor do jornal – assumem papéis sociais e lugares determinados pela estrutura social na qual estão inseridos. Sendo assim, o articulista do editorial, ao assumir o papel de editorialista e porta-voz da instituição jornalística para a qual trabalha, assume tanto os pontos de vista da instituição quanto a ideologia que a rege.

Uma vez que o editorial visa à adesão do leitor a um ponto de vista específico, cabe ao editorialista o papel social de formar opiniões, ou seja, orientar o leitor a tomar uma determinada posição, que é, na realidade, o ponto de vista da instituição jornalística. Podemos dizer, ainda, que o editorialista também exerce uma função social, perante o Estado, de reivindicador e defensor dos interesses da coletividade, de instrumento de desalienação e informação ou mesmo de defensor do Estado.

O leitor dos editoriais é “virtual”, mas instituído pelo editorialista: é um leitor

³ Quando o texto apresenta apenas duas fases (definição e desenvolvimento), a fase desenvolvimento fecha o texto.

pertencente a uma classe sócio/econômico/cultural relativamente alta, um leitor exigente e intelectualizado, considerando-se que, além de ler o jornal, preocupa-se em ter acesso à sua opinião sobre fatos de importância social, através de um texto cuja estrutura implica uso sofisticado da língua.

O editorial é permeado pela ideologia da instituição jornalística na qual é produzido. Por exemplo, nos editoriais “Fracasso” e “A extorsão dos sem-terra”, nos quais se trata da questão da reforma agrária, os ocupantes de terra são designados pelo editorialista por “invasores”, o que serve para demonstrar que as respectivas instituições jornalísticas aderem ao modo como o governo tem conduzido a questão.

Considerações finais

O editorialista, porta-voz da instituição jornalística para a qual trabalha, possui como enunciatário o leitor, mas procura atingir o Estado para que esse tome alguma posição perante o que está sendo enunciado, o que faz com que aborde sempre assuntos de relevância social, como educação, saúde, política, economia, transporte coletivo, segurança pública, sistema judiciário e penitenciário, etc.

Esses assuntos são abordados sempre a partir de um dado fato noticioso, que é um pretexto para o editorialista argumentar sobre determinado assunto pertinente à coletividade e também uma estratégia, uma vez que o assunto está em foco na mídia. A enunciação do fato noticioso também se dá conforme a imagem que ele possui do leitor: tanto há textos em que o fato noticioso está bem detalhado para o leitor como há textos nos quais o fato noticioso está implícito. Nesse sentido, é de suma importância o contexto sócio-cognitivo, uma vez que o editorialista prevê um certo tipo de leitor, detentor de uma certa cultura e de um certo conhecimento. Ou seja, ele pressupõe um leitor que compartilha com ele determinados conhecimentos, que necessitam ser ativados na memória, no momento da interação, tais como, conhecimentos lingüísticos, conhecimentos enciclopédicos, conhecimentos da situação comunicativa, conhecimento superestrutural, conhecimento estilístico, etc.

REFERÊNCIAS

- ADAM, Jean-Michel. *Les textes: types et prototypes: récit, description, argumentation, explication et dialogue*. Paris: Nathan, 1997.
- ARAÚJO, Cíntia Regina de. *O domínio discursivo do jornalismo escrito: um estudo sobre o editorial*. 155 f. 2002. Dissertação de mestrado em Língua Portuguesa - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2002.
- BAKHTIN (Voloshinov). *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1996.
- BRONCKART, Jean-Paul. *Atividade de linguagem, textos e discursos: por um interacionismo sócio--discursivo*. Péricles. São Paulo: EDUC, 1999.
- BENVENISTE, Emile. *Problemas de lingüística geral II*. São Paulo: Pontes, 1989.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1987.
- DUCROT, Oswald. *Princípios de semântica lingüística (dizer e não dizer)*. São Paulo: Cultrix, s/d.
- HOHENBERG, John. *Manual de jornalismo*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1960.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes/ Editora UNICAMP, 1989.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

- MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da Análise do Discurso*. Belo Horizonte: UFMG, 2000.
- MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Vozes: Petrópolis, 1985.
- PERELMAN, Chaim; OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado da argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 1986.
- PONTE, Cristina. Kosovo: a voz editorial em El País e Público. Reescrita, Lisboa, p. 1-14, s/d. Disponível na Internet: www.reescrita.jor.br/ensaio.htm> . Citado: 26/12/2000.
- POSSENTI, Sírio. *Discurso, estilo e subjetividade*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- SWALES, J. M. *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge University Press, 1996.
- VAN DIJK, Adrian Teun. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós, 1990.
- VAN DIJK, Adrian Teun. Gramáticas textuais e estruturas narrativas. In: CHABROL. C. *et al. Semiótica narrativa e textual*. São Paulo: Cultrix, 1977.
- VAN DIJK, Adrian Teun. *La ciencia del texto: um enfoque interdisciplinario*. Barcelona: Paidós, 1978.
- VAN DIJK, Adrian Teun. *Cognição, discurso e interação*. São Paulo: Contexto, 2000.
- VAN DIJK, Adrian Teun. *Texto y contexto (semântica y pragmática del discurso)*. Madrid: Cátedra, 1984.
- VAN DIJK, Adrian Teun. *Estructuras y funciones del discurso: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. Madrid: Siglo Veintiuno Editores, 1983.

Anexo 01

Fracasso

A invasão de uma fazenda de propriedade do embaixador brasileiro na Itália, no Noroeste do Estado, está servindo para atrair mais ainda as relações entre os governos estadual e federal. Não bastassem outras diferenças, os sem-terra descobriram que a luta pela terra em Minas pode ser utilizada não para assentar algumas centenas de famílias, mas também para desgastar o governo.

Como antes em Unaí, quando ameaçaram a fazenda dos filhos do presidente, o objetivo é criar um caso que confronte o governo. Nos dois casos, o MST escolheu propriedades federais. Anteriormente, esbarraram na possível imunidade da Presidência, mas agora (sic) voltam-se contra uma autoridade que não poderia contar com nenhum tipo de proteção, a não ser a oferecida pelo governo mineiro.

Ambas as fazendas são produtivas e nenhum motivo, a não ser os interesses políticos, poderia justificar a agressão. O programa de reforma agrária no Brasil está fracassando por causa desse conflito. Falta parceria entre o governo e os interessados com o fim de realiza-la. O MST usa o movimento social para chantagear o governo, que acaba cedendo e financiando a oposição a ele.

A reforma agrária poderia beneficiar milhões de sem-terra e toda a população com uma fonte alternativa de abastecimento. O governo, no entanto, está acuado pelas ações do MST. Já jogou R\$12 bilhões no programa, a fundo perdido, e a sociedade não teve nenhum retorno. O fracasso é também social, porque sem produção não há melhoria de qualidade de vida.

O Tempo, 06/04/2001.

Anexo 02

A extorsão dos sem-terra

O Movimento dos Sem-Terra (MST) está desenvolvendo uma nova estratégia: ameaça propriedades produtivas de invasão e depois exige do governo a abertura de créditos “especiais” para os integrantes do movimento, em troca da desistência da invasão. Este é o caso da Fazenda Renascença, no município de Uruana, em Minas Gerais, ameaçada de invasão por 600 famílias de sem-terra.

Carlos Santana Alcântara, o *Carlão*, líder do MST na área, reconheceu que a ameaça de invasão visava a “abrir negociação” com o governo. O MST pretende “negociar”, em troca da não invasão de terras produtivas, a abertura de créditos oficiais em condições que nenhum outro produtor rural brasileiro tem. A Fazenda Renascença, que gera 200 empregos diretos na região, pertence à família do embaixador brasileiro na Itália, Paulo Tarso Flecha de Lima, fato que empresta conotação política à ameaça.

Os sem-terra acampados nas proximidades da Renascença exigem do governo o aumento no valor do crédito de custeio, de R\$ 9.500 para R\$ 17.500 por família nos assentamentos do MST, mais R\$ 3.500 para fomento e outros R\$ 6.000 para habitação, além de um auxílio-alimentação mensal de R\$ 180 por família. O MST não procura mais terras improdutivas, o clássico latifúndio, para implantar assentamentos. Escolheu uma forma de extorsão, para continuar sua atividade.

Como o governo não cedeu e a Polícia Militar de Minas Gerais não permitiu a invasão da Fazenda Renascença, na terça-feira, o MST invadiu outras fazendas, também produtivas, em Alagoas, Sergipe e Rio Grande do Sul. A Justiça, porém, passou a tratar com mais rigor os excessos do movimento. Poucas horas depois da invasão da Fazenda Bom Retiro, no município gaúcho de Júlio de Castilho, a juíza Karen Pinheiro concedeu reintegração de posse, porque a fazenda é reconhecidamente produtiva. O juiz João Ecyr Mota de Oliveira concedeu medida

cautelar e fixou em R\$ 300 mil a multa que o MST terá de pagar caso invada a Fazenda Renascença. Mas o desafio às instituições continua: notificados da decisão judicial, os 1.800 sem-terra que invadiram a Fazenda Bom Retiro afirmaram que pretendem resistir à desocupação determinada pela Justiça.

O MST vem enfrentando problemas em suas próprias bases. No ano passado, o número de invasões foi 71% menor em relação ao ano de 1999, segundo os dados do Ministério do Desenvolvimento Agrário. O aumento do número de assentamentos promovidos pelo governo e a decisão de cumprir, de fato, o texto da Medida Provisória 2.109, que proíbe a realização de vistorias em áreas invadidas, reduziram as invasões. Aliás, boa parte dos integrantes do MST que estão ameaçando a Fazenda Renascença já são assentados, inclusive em regiões próximas à fazenda.

O Estado de São Paulo, 30/03/2001