

O DISCURSO JORNALÍSTICO - LUGAR EM QUE SE TRAVAM A POLÊMICA E A RESISTÊNCIA

Janete Abreu HOLANDA

Universidade Federal de Goiás
ineteholanda@hotmail.com

Maria de Lourdes Faria dos Santos PANIAGO
Pós-Doc Universidade de São Paulo/FFLCH – CNPq
lurdinhapaniago@terra.com.br

Palavras-Chave: Poder. Discurso Jornalístico. Análise do Discurso. Resistência.

Introdução

Em 2010, a sociedade e também a mídia ficaram divididas na escolha do novo presidente do nosso país. Mas essa escolha motivou uma infinidade de dizeres antes, durante e depois no discurso jornalístico, o qual não está isolado, descontextualizado da cultura em que é produzido, mas considerado como produto da dinâmica social. Foucault (2009) pontua o fato de que nada do que dissemos pode ser compreendido sem levarmos em conta as relações que um discurso mantém com outros que circulam em nossa cultura, a partir de determinadas práticas sociais. Isso implica que, quem fala, fala de um lugar determinado na instituição que o legitima e autoriza. Situa-se em determinado momento histórico e fala sob determinadas condições de enunciação.

Assim, o discurso jornalístico pode definir os ideais da nova política, não somente pela sua possibilidade de limitar o dizível e beneficiar a imagem de determinado candidato, mas por sua atuação em uma realidade global que aos poucos está sendo construída.

Polemizar¹ acerca da política é algo que sempre foi comum no Brasil, mas explicar as condições dos discursos antagônicos que ecoam é uma questão que deve ser observada mais cuidadosamente. Na verdade, a polêmica age como um grande jogo discursivo.

Partimos do suposto que o discurso, em específico o jornalístico, constitui-se a partir da sua relação com outros discursos, sendo necessariamente

¹ Maingueneau (2008, p.110) diz que “polemizar é apanhar publicamente em erro e colocar o adversário em situação de infração em relação a uma Lei que se impõe como incontestável”.

polêmico e também que por meio dele abre-se um espaço para o embate, a resistência, a construção da “verdade” e também a manutenção do poder.

Segundo Maingueneau (1997, p. 120), “um discurso não nasce, como geralmente é pretendido, de algum retorno às próprias coisas, ao bom senso etc., mas de um trabalho sobre outros discursos”. Diante dessa afirmação, podemos considerar que se enunciamos algo, o enunciado pertence a um já dito, que só pôde ser enunciado devido à existência de outros discursos, também construídos interdiscursivamente. Também podemos aproximar esse processo dialógico com Foucault (2009, p.110) quando ele diz que “um enunciado tem sempre margens povoadas de outros enunciados”.

Mas, de acordo com Foucault(2010)

Em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e terrível materialidade.

Nessa perspectiva, o discurso produzido em um editorial não está isolado, descontextualizado da cultura em que é produzido, mas considerado como produto da dinâmica social. Isto é, quem fala, fala de um lugar determinado na instituição que o legitima e autoriza. Situa-se em determinado momento histórico e fala sob determinadas condições de enunciação.

Assim, o jornalismo acaba assumindo um papel político, ao produzir e fazer circular discursos sobre a política. Conforme Piovezane (2003) essa esfera ocupa um lugar de agente (político) que está em campanha permanente. Porém, o seu discurso passa inevitavelmente a obedecer a padrões, produzindo “metáforas das coisas”, pois não pode representar perfeitamente a realidade.

Nossos objetivos

- Verificar a construção discursiva sobre a candidata Dilma materializada *em editorial*; analisar como são construídas as verdades nos discursos sobre a candidata do PT por meio da relação poder-saber; analisar como se deu a construção dos discursos dos editorialistas com a instauração da polêmica.

Metodologia

Dentro da abordagem qualitativa, nosso estudo utiliza como método a análise documental, a partir da observação de editoriais produzidos e publicados em

2010, durante o processo eleitoral para presidente da República, em específico aqueles referentes à candidata Dilma Rousseff, tanto na revista Carta Capital quanto no jornal Folha de São Paulo, por acreditarmos que esses dois suportes estabelecem discursos antagônicos. Este trabalho é um dos capítulos desenvolvidos na nossa pesquisa de Mestrado. Para este artigo, dentre os vários editoriais que foram analisados, nesses dois suportes jornalísticos, fizemos um recorte, selecionando somente aqueles produzidos logo após a eleição de Dilma, no segundo turno, um da Folha de São Paulo (**Dilma presidente**) e o outro da revista Carta Capital (**Até o papa apoiou Serra**). Com esses editoriais, verificamos uma parte daquilo que cada um considera mais importante naquele determinado contexto e momento, expressando, principalmente, posições da instituição.

Recorremos ao campo das investigações linguísticas relacionadas à Análise do Discurso francesa pelas concepções de Maingueneau (2008) sobre interdiscurso² e polêmica como interincompreensão e também pelos postulados de Michel Foucault (2009, 2010) sobre o processo de instauração de determinados discursos, as relações de poder /saber e de resistência estabelecidas por meio desses discursos.

Resultados e discussões

Constatamos, na análise dos discursos produzidos nos dois editoriais, formações discursivas distintas e contrárias. São materializados discursos próprios da formação discursiva da “mídia nativa” (termo utilizado pelo próprio Mino Carta no editorial) defendendo a vitória como uma imposição e continuísmo de Lula. Entretanto, Carta Capital tenta mostrar Dilma como vitoriosa, mesmo com o continuísmo tão alegado pela Folha, e o voto nela foi um voto com o coração e com a consciência pautada nos avanços que o Brasil teve nesses oito anos de governo Lula.

Em suma, a eleição de Dilma que é considerada, pela Folha de São Paulo, como imposição e continuísmo, é compreendida, pela Carta Capital, como popularidade do outro governo. Podemos verificar que os seus discursos acabam também produzindo “respostas” ao poder, como uma resistência. E isso é possível porque nos seus dizeres mantêm uma relação de polêmica, pois se estabelecem

² Orlandi (1992) afirma que “o interdiscurso é o conjunto do dizível, histórica e lingüisticamente definido.

formações discursivas distintas e contrárias, pois disputam entre si o espaço discursivo cuja pretensão é criar o efeito de sentido de recuperar a “verdade dos fatos” ocorridos na situação de eleição de Dilma. Possenti (2009, p. 24) explica que “todos que têm acesso a um discurso ‘de fora’ compreendem-no ‘erradamente’ – porque o compreendem a partir de sua própria posição e não da posição dos enunciadores daquele discurso”.

Considerações finais

A cada análise realizada, descobrimos que os sujeitos-jornalistas, controlados pelo discurso, criam uma imagem da candidata Dilma, apoiando-se em verdades construídas, criadas, inventadas com determinados propósitos, frutos de uma articulação discursiva própria para se obter certos resultados políticos.

Mas há um paradoxo na maneira como propõem a imagem de Dilma. Dessa forma, percebemos bem posicionamentos discursivos, evidenciando, assim, a polemicidade entre eles, pois o sujeito-jornalista desqualifica o discurso adversário, criando, dessa forma, o efeito de sentido de invalidade do dizer do outro, colocando em dúvida a legitimidade dele. Com isso poderíamos dizer que a polêmica é necessária para estabelecer, manter a identidade desses discursos. Dessa forma os enunciados ditos são como respostas para os que já foram ditos.

Percebemos também que no gênero editorial opera uma dimensão própria do poder – a seleção obedece a controles disciplinares que não são percebidos pelo leitor comum. Vários fatores contribuem para este processo, como a linguagem persuasiva e sedutora, ou a construção, por meios de “efeitos de texto”, de situações privadas envolvendo figuras públicas ou dos bastidores da política em acontecimentos midiáticos. Ao escolher esse gênero para enunciar a posição desses dois suportes midiáticos, percebemos que cada um defende a posição assumida como veículo opinativo e não apenas informativo. É assim que esses mantêm controle, domínio sobre certos dizeres.

Portanto, cada editorial defende a posição assumida como veículo opinativo e não apenas informativo, mantendo controle, domínio sobre certos dizeres. Reiteramos que dizer não é apenas informar, mas é necessariamente assumir um posicionamento nesses embates.

Referências

Carta Capital. **Até o papa apoiou Serra.** Disponível em <<http://www.cartacapital.com.br/politica/ate-o-papa-apoia-serra>> Acesso em: 03 de fev. 2011.

Folha de São Paulo. **Dilma presidente.** Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz0111201001.htm>> Acesso em 03 de fev.2011.

MICHEL, Foucault. **Microfísica do Poder.** Organização e tradução de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2005.

_____. **A arqueologia do saber.** Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. 7 ed. Rio de Janeiro. Forense Universitária, 2009.

_____. **A ordem do discurso.** Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. 11. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010.

MAINGUENEAU. D. **Novas Tendências em Análise do Discurso.** Campinas SP: Pontes, 1997.

_____. **Gênese dos discursos.** Campinas, SP. Criar Edições. 2008.

ORLANDI, Eni. **As Formas do Silêncio.** Campinas, Editora da Unicamp, 1992.

PIOVEZANI, Carlos Félix filho. Política midiaticizada e mídia politizada; fronteiras mitigadas na pós-modernidade. In: GREGOLIN, Maria do Rosário (Org.) **Discurso e mídia:** a cultura do espetáculo. São Carlos, 2003.

POSSENTI, Sírio. **Questões para analistas do discurso.** São Paulo: Parábola, 2009.