

ANÁLISE SEMIOLINGUÍSTICA DO GÊNERO EDITORIAL

SEMIOLINGUISTIC ANALYSIS OF LEADING ARTICLE

Ernani Cesar de Freitas
Universidade de Passo Fundo
ecesar@upf.br

Rita de Cássia Dias Verdi Fumagalli
Universidade de Passo Fundo
ritacassiafumagalli@gmail.com

RESUMO:

Este estudo de caráter descritivo-qualitativo reflete sobre o discurso de um texto do jornal Zero Hora (ZH) caracterizado como editorial jornalístico. O marco teórico e metodológico de análise fundamenta-se na perspectiva semiolinguística de Patrick Charadeau (2009, 2014, 2015), com o objetivo de descrever e analisar os procedimentos linguísticos pelos quais o jornalista imprime suas marcas no enunciado. Constatamos, através das pistas situacionais encontradas no gênero de informação midiática em análise, que as marcas do sujeito comunicante (EUc), a ideologia e a visão de mundo são inerentes ao texto e ao discurso, essas marcas são estratégias utilizadas pelo sujeito enunciator (EUe) que contribuem para persuadir o leitor e convencê-lo da veracidade do que diz.

PALAVRAS-CHAVE: Análise Semiolinguística; Gênero Editorial; Discurso Jornalístico; Zero Hora.

ABSTRACT:

This descriptive-qualitative reflect about a textual discourse present on Zero Hora (ZH) newspaper. The theoretical and methodological analytics' marks goes along with the semiolinguistic perspective of Patrick Charadeau (2009, 2014, 2015), with the main objectives of describing and analyzing linguistic proceedings through which the journalists impress their considerations on utterance. We agree that, through situational clues we have found in this information media genre we analyzed, the subject who communicates' marks (EUc), the ideology and world perspective are all inherent to the text and to the discourse, these marks are strategies used by the utterer subject (EUe) which contributes on persuading the reader and on convincing him or her about the veracity of what is said on the discourse.

KEYWORDS: Semiolinguistic analyzis. Editorial genre. Journalistic discourse. Zero Hora.

Considerações iniciais

Pretendemos, neste trabalho, sob a perspectiva da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2009, 2014, 2015), analisar as principais estratégias argumentativas em um texto midiático, impresso, de circulação diária, caracterizado como editorial jornalístico, objetivando identificar os procedimentos linguísticos pelos quais o jornalista imprime suas marcas no enunciado.

O texto selecionado como *corpus* deste estudo foi publicado na edição do dia 06 de abril de 2016, na página 24, do Zero Hora, periódico que possui como enfoque jornalístico fatos característicos e marcantes do cenário regional, contribuindo para a reflexão e disseminação dos valores tradicionais impregnados em seu local de origem, o Rio Grande do Sul. O editorial “Faroeste em Porto Alegre” tematiza sobre a violência local voltada à valorização das situações que ocorrem no cotidiano da comunidade, representando, dessa forma, o compromisso social com os cidadãos de Porto Alegre, local em que o veículo de comunicação está instalado.

Tal escolha se justifica pela necessidade de aprofundarmos os estudos do gênero editorial pelo viés das teorias enunciativas. A análise dos recursos empregados pelo editorialista - para convencer e persuadir o leitor - nos possibilita uma visão mais crítica sobre os discursos veiculados pela mídia, servindo de ponto de referência para a produção e leitura mais eficientes de diferentes textos.

A questão norteadora deste estudo parte do fato de que os editoriais, texto sem autoria definida, que apresentam o ponto de vista do jornal como instituição, não deveriam, em princípio, apresentar marcas pessoais de seus autores. Assim, com o objetivo de mostrar que o gênero editorial possui como propósito informar, convencer e seduzir o leitor, por meio de estratégias comunicativas, em que marcas linguísticas e estilísticas manifestam diferentes intenções do editorialista, recorreremos aos pressupostos teóricos de Bakhtin (2003) sobre a noção de gênero discursivo, a fim de aplicarmos esses conceitos ao gênero editorial, considerando suas condições e sua instância enunciativa.

Em vista disso, a análise proposta se pautará na observação das estratégias persuasivas que atuam sobre o leitor e das marcas linguísticas que revelam a presença discursiva do jornalista, evidenciando que não existe neutralidade absoluta do sujeito enunciatador no texto jornalístico.

Para tanto, os procedimentos teórico-metodológicos utilizados caracterizam este estudo como descritivo e bibliográfico, com abordagem qualitativa. Dessa forma, para melhor estruturarmos este trabalho, distribuímos as seções da seguinte maneira: primeiramente, apresentamos uma breve explicação sobre

o conceito de gênero discursivo de Bakhtin (2003) resgatado por Charaudeau (2014), e aplicado ao gênero textual editorial; na sequência os procedimentos metodológicos situam a análise; posteriormente, tomamos como suporte a Teoria Semi linguística e procedemos à análise dos elementos constitutivos do texto jornalístico selecionado, o editorial. Por fim, as considerações finais ilustram os resultados alcançados, bem como as possibilidades para futuros estudos.

1. O editorial como gênero discursivo e a teoria semi linguística

O texto jornalístico editorial caracteriza-se como um rico material de análise, pois carrega elementos importantes construídos com o intuito de persuadir o leitor. Nesse sentido, para tomarmos o editorial como gênero discursivo, partimos do pressuposto de que, conforme Bakhtin (2003), todo enunciado, verbal ou escrito, constitui-se em um gênero discursivo. O lugar de onde se fala, segundo o autor, determina o enunciado e integra-se a ele como elemento indispensável a sua constituição semântica.

Na noção de gênero discursivo proposta por Bakhtin (2003), a linguagem é um fenômeno social, histórico e ideológico. Nesse sentido, o autor define os gêneros do discurso como formas estáveis de enunciados elaborados de acordo com as condições específicas de cada campo da comunicação verbal. Essa definição remete à situação sócio-histórica de interação que envolve o tempo, o espaço, os participantes, a finalidade discursiva e o suporte midiológico. Assim, cada esfera produz seus próprios gêneros, e dessa forma, segundo o autor:

Todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem. Compreende-se perfeitamente que o caráter e as formas desse uso sejam tão multiformes quanto os campos da atividade humana, o que, é claro, não contradiz a unidade nacional de uma língua. O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. (BAKHTIN, 2003, p. 261).

Nesse contexto, estudar os gêneros possibilita entender a sociedade, o comportamento humano, suas relações sócio - históricas, políticas, psicológicas, uma vez que é através da linguagem que o homem realiza suas ações. Admitindo este raciocínio, percebemos que a língua, nas mais diversas situações de uso e em qualquer camada social, possui um tipo de gênero próprio para se adaptar a uma determinada situação e alcançar determinado fim. Com isso, os gêneros são os grandes responsáveis por organizar a experiência humana, dando a

ela sentido, logo, conforme Bakhtin (2003), existirá sempre a possibilidade de escolha de um gênero para persuadir alguém.

Bakhtin não debruçou seus estudos especificamente sobre o jornalismo ou sobre os discursos da mídia, porém sua contribuição é importante para pensarmos sobre a produção, circulação e reprodução de discursos sociais na perspectiva da teoria dos gêneros. Conforme Bakhtin (2003, p. 283), “Se os gêneros do discurso não existissem e nós não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo do discurso, de construir livremente e pela primeira vez cada enunciado, a comunicação discursiva seria quase impossível”.

A partir da perspectiva teórica de Bakhtin (2003), observamos que os gêneros estão ligados às situações sociais da interação. Concernente a esse pensamento, encontramos a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2009, 2014, 2015) tomada como suporte para a análise dos elementos constitutivos do *corpus* selecionado, o texto jornalístico editorial.

A Semiolinguística é uma teoria de Análise do Discurso que aborda a problemática do ato de linguagem, a partir das perspectivas da enunciação. Nesse viés, a construção do sentido se faz por meio de uma relação forma/sentido, que pode ocorrer em diferentes sistemas semiológicos, e é resultante de operações discursivas de entidades subjetivas, a partir de uma situação bem determinada, sob a égide de um contrato comunicativo. Sobre isso, Freitas (2008, p. 264) evidencia que essa construção está sobre a responsabilidade de um sujeito “movido por uma determinada intenção, ou seja, um sujeito que tem, em sua mente, um projeto visando influenciar alguém: tal projeto está encaixado no mundo social no qual vivem e circulam os sujeitos-comunicantes”.

É possível constatar, então, que a Teoria Semiolinguística aborda a construção do sentido com base em um ponto de vista psico-socio-linguístico. Lima (2010) corrobora essa questão, evidenciando que a Semiolinguística considera o ato de linguagem como produto de um contexto do qual participam um emissor e um receptor que, por serem pessoas diferentes, podem atribuir a uma expressão linguística diferentes interpretações, dando a elas sentidos não previstos. Conforme a autora,

A Semiolinguística se apresenta, assim, como uma análise do discurso que se preocupa com a linguagem em si, ao levar em conta o material verbal estruturado em categorias linguísticas, não deixando de lado a preocupação com o contexto psicossocial – em que se definem os seres como atores sociais e sujeitos comunicantes – que possibilita a aparição de determinados enunciados e não de

outros. A interação é uma premissa nesse processo de comunicação [...] No ato comunicativo, locutor e interlocutor alteram papéis à medida que os enunciados são produzidos. Todo enunciado é proferido para um destinatário – ainda que não seja claramente definido – capaz de determinar as escolhas do remetente para a produção do enunciado. (LIMA, 2010, p.16).

Nesse processo, Charaudeau (2014), valendo-se de uma visão psicossociológica, relaciona a questão dos gêneros, assim como o fez Bakhtin (2003), ao discurso social que é determinado por um contrato global de comunicação. Lima (2010, p. 16), evidencia que,

O ato de comunicação é visto, pelo autor, como um dispositivo no qual se encontra o sujeito falante (comunicante) numa relação com um parceiro (o interpretante). Ainda, como componente desse dispositivo, tem-se a língua, a qual constitui o material verbal estruturado em categorias linguísticas que tem, ao mesmo tempo, e de maneira consubstancial, uma forma e um sentido. Na concepção do autor, a língua é o material a partir do qual se chega à fabricação de um texto, por meio das encenações do discurso, realizadas pelos sujeitos discursivos: enunciadore e destinatários.

Desta forma, para a Semiolinguística, o ato de comunicação torna-se algo muito similar a uma *encenação (mise-en-scène)*, processo no qual os sujeitos sociais, para atingir seus objetivos ou efeitos no ato comunicacional, colocam em cena seus seres de fala. A comunicação linguajeira é, então, nas palavras do autor, uma encenação, ou seja:

Assim como, na encenação teatral, o diretor de teatro utiliza o espaço cênico, os cenários, a luz, a sonorização, os comediantes, o texto, para produzir *efeitos de sentido* visando um público imaginado por ele, o locutor – seja ao falar ou ao escrever – utiliza componentes do dispositivo da comunicação em função dos efeitos que pretende produzir em seu interlocutor. (CHARAUDEAU, 2014, p. 68, grifo do autor).

Diante do exposto, percebemos que comunicar é um ato que está envolvido em uma dupla aposta ou que faz parte de uma expectativa concebida por aquele que assume tal ato: o sujeito falante espera que os contratos que ele propõe ao sujeito-interpretante sejam bem-recebidos e espera, ao mesmo tempo, que as estratégias adotadas produzam o efeito desejado.

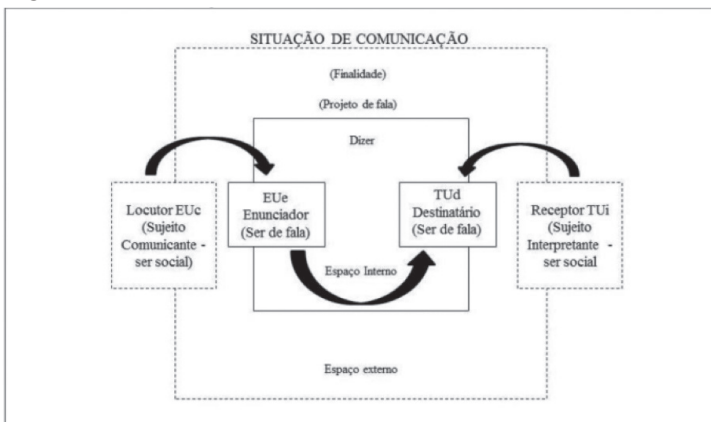
Segundo o autor, o dispositivo do ato de comunicação é, então, construído em função de um duplo circuito que compreende, de um lado, numa dimensão

exterior/extra-linguística, um sujeito comunicante (EUC) e um sujeito interpretante (TUi), enquanto seres psicossociais, dotados de intencionalidade e responsáveis pelos respectivos processos de produção e interpretação, e, de outro, numa dimensão interna e estritamente lingüística, um sujeito enunciador (Eue) e um sujeito destinatário (Tud), enquanto seres de linguagem, desprovidos de intencionalidade. Nas palavras de Mari, Silva e Mendes (1996, p. 52),

Estes dois últimos sujeitos constituem projeções/hipóteses construídas pelos outros dois sujeitos anteriores, não sendo, pois, idênticos a eles, nem, necessariamente, semelhantes, já que configuram imagens destes, as quais podem tanto refletir e/ou corroborar suas identidades como também refratar e/ou contradizê-las.

A figura 1 mostra, de maneira esquemática, esses sujeitos envolvidos no ato de linguagem, bem como a distribuição dos componentes do processo enunciativo, conforme elaborado pelo linguista francês.

Figura 1 – Situação de comunicação



Fonte: Charaudeau (2014, p. 52)

Nessa análise, levamos em consideração os pressupostos teóricos da Teoria Semiolinguística considerando que, de acordo com Charaudeau (2015), os sujeitos, no momento da troca linguageira, buscam também informar por meio de várias situações de comunicação, essa informação ganha destaque na teoria do linguista francês, e assume um domínio particular denominado pelo teórico como domínio das mídias, uma vez que o objetivo principal das mídias é, acima de tudo, informar o cidadão sobre os acontecimentos do mundo, é o discurso de informação que a constitui.

Nosso *corpus*, o editorial “Faroeste em Porto Alegre”, situa-se no âmbito desse domínio, caracterizando-se como um gênero de informação midiática. Esse gênero é definido por Charaudeau (2015, p. 206) como um contrato que resulta do “cruzamento entre um tipo de instância enunciativa (identidade dos parceiros), um tipo de modo discursivo (finalidade comunicacional – relatar, comentar ou provocar um acontecimento), um tipo de conteúdo (tematização/problematização) e um tipo de dispositivo (material/físico – suporte midiático)”. É, pois, levando em consideração esses pressupostos que analisaremos o editorial “Faroeste em Porto Alegre”.

Seguindo a perspectiva de que o contrato de comunicação é formado por dados internos e externos e acordado pelas instâncias de produção e recepção, optamos por uma metodologia que buscasse compreender a relação entre eles. Para identificar as estratégias do contrato no *corpus* da pesquisa serão aplicados os procedimentos metodológicos detalhados na sequência.

2. Metodologia

Os procedimentos teórico-metodológicos utilizados caracterizam este estudo como descritivo e bibliográfico, com abordagem qualitativa. A investigação apresenta como *corpus* o editorial “Faroeste em Porto Alegre”, publicado na edição do dia 06 de abril de 2016, na página 24, do Jornal Zero Hora. O editorial é um texto bastante complexo por lidar com assuntos de grande repercussão no momento em que é publicado, representando a opinião do jornal (por isso não conta com uma assinatura).

Nesse viés, acreditamos que o *corpus* selecionado permite um exercício pertinente no que se refere à construção do contrato de comunicação proposto por Charaudeau. Na análise das escolhas lexicais e dos aspectos linguísticos do editorial, é possível identificar a busca do jornalista pela neutralidade, uma vez que, como lembra Charaudeau (2015), está longe de sentir-se em uma posição confortável, dividido entre sua própria opinião e o lugar de onde enuncia – é o enunciador da opinião da instituição, e esse lugar determina seu enunciado e está intimamente ligado a ele.

Assim, buscamos evidenciar, no editorial, as marcas deixadas pelo sujeito comunicante (EUc), as pistas situacionais, e as estratégias utilizadas pelo sujeito enunciativo (EUe), que contribuem para persuadir o leitor e convencê-lo da veracidade do que diz. Nesse contexto, objetivamos identificar: (a) como se estabelece o contrato de comunicação no gênero editorial e o seu duplo espaço de significância, o externo e o interno; (b) os sujeitos de linguagem e os sujeitos

de ação (EUc e o TUi), como também os sujeitos de fala responsáveis pelo ato de enunciação (EUe) e o (TUD); (c) a identidade dos sujeitos de fala; (d) a finalidade do ato comunicacional; (e) os níveis de tematização; e, por último: (f) o dispositivo físico e material do qual se realiza a intenção.

Com base nessas considerações, apresentamos, a seguir, a proposta de análise do editorial.

3. Uma proposta de análise textual-discursiva sob o aporte teórico de Patrick Charaudeau.

Com o propósito de observarmos as marcas que colaboram para a organização do texto jornalístico, apresentamos, na sequência, o editorial selecionado.

Figura 2 - Editorial: Faroeste em Porto Alegre.

Faroeste em Porto Alegre

Editorial, Zero Hora, 06 de abril de 2016.

Tiroteios diários, perseguições automobilísticas, assaltos a bancos e supermercados, execuções — todas essas ações dignas de filmes policiais ou de banguê-banguê passaram a fazer parte da rotina diária dos porto-alegrenses, como se a capital gaúcha tivesse regredido aos tempos do faroeste. Só que não tem graça nenhuma: as cenas de violência são reais, fazem vítimas, disseminam o medo e a sensação de insegurança na população.

Não é apenas em Porto Alegre. As cidades do interior do Estado também estão entregues à criminalidade. E em algumas outras unidades da federação, talvez na maioria, a situação não é muito diferente. Traficantes dominam áreas urbanas, quadrilhas disputam espaço público e os contingentes policiais são sempre insuficientes para garantir segurança aos cidadãos. Mais: quando a polícia age com eficiência e retira marginais de circulação, eles não demoram a voltar às ruas, por determinação judicial ou devido às carências do sistema prisional. A conclusão a que se chega é a de que o crime organizado está vencendo o Estado desorganizado.

Ainda que o combate ao crime deva ser precedido ou pelo menos acompanhado por investimentos na educação e em programas sociais, pois criminalidade se combate com desenvolvimento, o problema tornou-se tão grave e urgente, que talvez seja necessário começar com um reforço visível das forças policiais. As pessoas precisam, primeiro, sentir-se mais seguras, para então aceitar e contribuir com ações de natureza social e educativa. Em pleno banguê-banguê, não adianta chamar sociólogo ou professor: é hora do xerife.

Fonte: Jornal Zero Hora (2016, p. 24).

O gênero editorial, de acordo com Charaudeau (2015, p. 235), inclui-se na categoria “acontecimento comentado”, ou seja, o editorial supõe a existência de um enunciador que expõe o posicionamento (avaliativo e argumentativo) de um jornal a respeito de um assunto de ampla divulgação pela mídia. Tomando o editorial apresentado “Faroeste em Porto Alegre”, evidenciamos a preocupação do meio de comunicação jornalístico em esclarecer acontecimentos considerados importantes na atualidade, violência, assaltos a bancos e supermercados, execuções, etc.

Ao abordar a questão da violência em Porto Alegre, torna-se claro o engajamento da empresa editora perante o crescimento de um fenômeno cada vez mais em evidência no estado do Rio Grande do Sul, a violência. Atentamos para o título do editorial “Faroeste em Porto Alegre” e confirmamos a tentativa do editorialista em chamar a atenção do leitor para o cenário quase cinematográfico, selvagem e inóspito que se instaura sobre a capital gaúcha. Normalmente, os filmes de Faroeste possuem roteiros dramáticos sobre *cowboys*, pistoleiros, homens da lei, fora da lei, em um cenário preenchido com imagens icônicas como armas, coletes, bares, cavalos e desertos.

O título do editorial, desse modo, mostra-se sugestivo e engajado aos acontecimentos que serão relatados e comentados ao longo do texto. Charaudeau (2015, p. 236) comenta que os *títulos* também podem ser considerados gêneros, na medida em que “são objetos de regularidades textuais sob o controle de uma instância de enunciação”. O título em análise apresenta de forma explícita uma frase chave para captarmos a essência da notícia. Poderíamos pensar em interdiscursividade, uma vez que seu discurso nos remete a outro discurso, aos filmes de Bang-Bang ou Velho Oeste, relação bem sugestiva para quem se depara diariamente com episódios envolvendo tiroteios, assaltos e execuções, acontecimentos que envolvem a capital gaúcha e a maioria das cidades do interior do estado.

Charaudeau (2015, p. 235) evidencia que o gênero editorial assume um propósito político e social, o texto em análise possui essas duas características, ao abordar a temática da violência não estabelece apenas um diálogo com o leitor, o estabelece também com o Estado, deixando transparecer, por meio do seu discurso, o posicionamento da instituição jornalística perante o governo. Assim, “se tem criminalidade, falta segurança, se falta segurança, a culpa é do governo”. O editorialista geralmente parte de um fato de ressonância na esfera pública para construir um raciocínio avaliativo, em que defende, com argumentos persuasivos, a posição político-ideológica que representa, tentando conduzir o leitor à conclusão planejada pela organização.

Retomamos a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2014), para inserirmos o editorial “Faroeste em Porto Alegre” no interior do *contrato de comunicação*. O editorial, assim como outros gêneros discursivos, é constituído por meio de situações de comunicação, ou seja, para a construção do seu interesse social o texto jornalístico depende das condições específicas da situação de troca entre parceiros da qual ele surge (CHARAUDEAU, 2015). Nesse sentido, todo ato de comunicação resulta da troca entre as instâncias de enunciação e de recepção, compreendendo-se o jogo de intencionalidades instaurado entre elas. Conforme o linguista francês, o ato de comunicação é um fenômeno que combina o *dizer* e o *fazer* articulados num duplo circuito comunicativo – circuito externo (fazer) e circuito interno (dizer) – indissociáveis um do outro.

No entendimento de Charaudeau (2015), o *fazer* é o lugar da *instância situacional* em que atuam os parceiros – sujeitos comunicante (EUc) e interpretante (TUi) – que são os seres sociais da troca; já o *dizer* é o lugar da *instância discursiva*, é o espaço da *encenação* do dizer, da qual participam os *protagonistas* – sujeito enunciador (EUe) e sujeito destinatário (TUD) – que são os *seres da palavra*.

De acordo com o autor (2014, p. 44-52), todo ato de linguagem é uma encenação (no sentido literal do termo), que comporta quatro protagonistas, sendo dois situacionais, externos, e dois discursivos, internos. Os sujeitos “externos” são o EUc (eu-comunicante) e o TUi (tu-interpretante) e os sujeitos “internos”, o EUe (eu-enunciador) e o TUD (tu-destinatário). A partir desse processo interlocutivo ocorrido entre os quatro enunciadores, Charaudeau (2014) considera o ato de comunicação como um “jogo”, uma vez que o locutor põe em prática estratégias de comunicação. Essas, por sua vez, aparecem na concepção, organização e encenação, empreendidas pelo sujeito comunicante, no intuito de produzir determinados efeitos nos sujeitos interlocutores.

Traspondo a Teoria da Semiolinguística para a análise que nos propomos a realizar, consideramos que o sujeito comunicante (EUc) é o jornalista real, ou seja, a pessoa física que trabalha na redação do jornal. Esse EUc possui suas convicções ideológicas e sua opinião própria sobre o acontecimento narrado, no entanto, para atingir o alvo comunicacional este sujeito comunicante cria um sujeito enunciador (EUe) no mundo das palavras. No circuito interno, o EUe muitas vezes não é a “voz” do jornalista, do EUc (pessoa física) essa voz pode estar apenas reproduzindo a ideologia do veículo para o qual ele trabalha, carregando assim, a opinião do jornal o qual ele representa.

Campos (2012, p. 33) evidencia o papel do sujeito comunicante (EUc)

afirmando ser este, “um sujeito agente que se autoproclama como locutor e articulador de fala, sendo, portanto, o iniciador do processo de produção, processo construído em função das *Circunstâncias de Discurso* que o ligam ao TUi e que constituem sua intencionalidade”. Desse modo, o autor corrobora que o EUc assume o papel de testemunha do mundo real, dotado de identidade e de estatuto. Conforme Campos (2012, p. 33),

Ele é o responsável por dar início ao processo de produção por meio da articulação de um projeto de fala (O que dizer?) e de um como falar (De que modo dizer?) que se liga às estratégias de manipulação (Como dizer para convencer o meu parceiro?). Para isso, Euc engendra Eue.

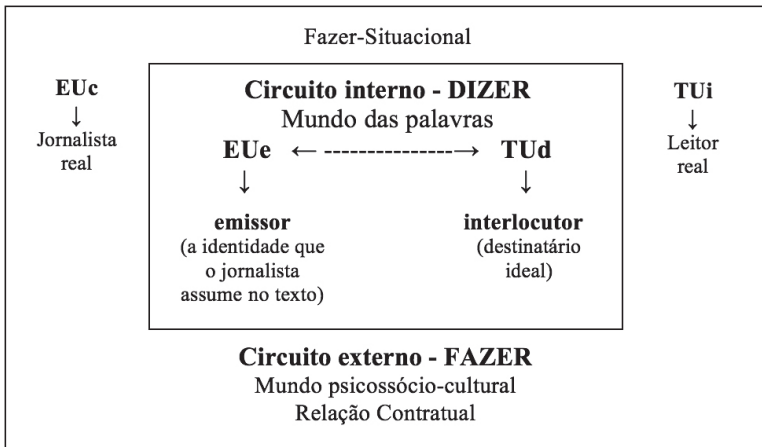
Sobre isso, Charaudeau (2014, p. 48) evidencia que “o EUE é uma imagem de enunciador construída pelo sujeito produtor da fala (EUc) e representa seu traço de intencionalidade nesse ato de Produção”. Assim, esse sujeito enunciador é criado em função da imagem que o editorialista tem do sujeito destinatário (TUd). No caso em análise, o público em geral que se interessa pelas notícias sobre política e violência e que possui o hábito de ler jornais.

Dessa maneira, evidenciamos que no editorial “Faroeste em Porto Alegre”, o TUd assume o papel de interlocutor, sujeito dependente do EUE, uma vez que é instituído por ele, tornando-se o grande responsável pela recepção. A partir dessas considerações, podemos refletir: “Qual é o lugar ocupado pelo leitor do editorial em análise: O TUd ou o TUi?”.

Pensamos no leitor real, aquele que verdadeiramente abre o jornal e se dispõe à leitura do editorial, esse leitor assume o papel de sujeito interpretante (TUi), pois está incumbido de fazer abstrações e interpretações. O TUd sempre estará presente no ato de linguagem, como aquele leitor/destinatário ideal, fabricado pelo EU. No caso do texto em análise, esse TUd foi imaginado pelo EUc como os seres do mundo que vivenciam as cenas de violência presentes na capital gaúcha, esses seres são imaginados pelo EUc como alguém que supostamente concordaria com a indignação e posicionamento do EUE perante a violência narrada e apresentada pelo jornal ZH.

A figura 3 representa tais considerações.

Figura 3 - Representação do contrato de comunicação - editorial



Fonte: elaborado pela autora

Considerando o quadro acima, percebemos que no ato de comunicação o sujeito comunicante (EUc) – jornalista real – e o interpretante (TUi) – leitor real – são, na concepção de Charaudeau (2014, p. 56), “sujeitos de ação” uma vez que o jornalista (pessoa física) “concebe, organiza e encena suas intenções de forma a produzir determinados efeitos de persuasão ou de sedução – sobre o sujeito interpretante (TUi), para levá-lo a se identificar – de modo consciente ou não – com o sujeito destinatário ideal (TUd) construído por EUc”.

Essa relação/ação que envolve o ato de linguagem compõe-se, conforme destacado no esquema acima, por dois circuitos de produção, o circuito *interno* que se refere ao “como dizer” e o circuito *externo* constituído pela organização do “real” (psicossocial) que determina as regularidades comportamentais dos indivíduos (o quadro físico e mental) no qual se acham os parceiros da troca linguageira.

Os sentidos propostos pelo editorial estão relacionados à competência situacional, incluindo vários componentes que dão conta do espaço externo na situação de comunicação. Referindo-se aos componentes da situação comunicacional, Campos (2010, p. 38), pontua que esses elementos regem a relação contratual, conforme o autor: “É por meio deles que atos de linguagem são produzidos, os quais estabelecem os papéis que serão assumidos pelos parceiros nas produções linguageiras”.

Admitindo este raciocínio, evidenciamos que para comunicar, nas mais diversas situações, o locutor fará uso dos componentes do dispositivo de co-

municação, em função dos efeitos que pretende causar em seu interlocutor. O primeiro deles refere-se, segundo Charaudeau (2015, p. 68), à *identidade* dos parceiros da relação comunicativa, essa categoria depende diretamente dos sujeitos que se acham inscritos e engajados na troca linguageira e determina “quem fala com quem?”, em termos de estatuto, papel social e situação dentro das relações de poder (hierarquia). A identidade do sujeito falante determina e justifica seu “direito de fala”. Conforme Charaudeau (2007) o indivíduo possui duas identidades, uma *social* e outra *discursiva*.

No editorial “Faroeste em Porto Alegre” não evidenciamos a imagem social do editorialista que escreve. Não nos é apresentado, no texto, marcas que poderiam identificar a figura do jornalista “real”, o EUc. Já, a identidade discursiva aponta para um homem que tem direito à palavra e que, por meio dela, transmite para os leitores um relato sobre a violência diária instaurada sobre a capital gaúcha. Violência digna de filmes policiais ou de banguê-banguê conforme é apresentado no texto.

Segundo Charaudeau (2009), a identidade discursiva do sujeito depende de um duplo espaço de estratégias, de *credibilidade* e de *captação*. No editorial, a credibilidade no relato do editorialista está relacionada à temática da notícia, uma vez que o jornalista apresenta ao leitor um “espelho” da realidade social. Um relato objetivo e verdadeiro daquilo que acontece em Porto Alegre e interior do Estado - a crescente violência que assombra a população.

Podemos identificar em “Faroeste em Porto Alegre”, vários elementos que nos ajudam a medir o grau de fidelidade entre o relato do jornalista e os fatos reportados. O uso de expressões como: “tiroteios; cenas de violência; insegurança; vítimas; marginais; policiais e criminalidade”, fornecem ao leitor evidências da realidade dos fatos narrados. Tais expressões contribuem para a movimentação do texto auxiliando sua progressão, bem como ajudam o TUd na “visualização” das cenas narradas.

Charaudeau (2009) comenta, ainda, que o sujeito falante pode adotar diferentes atitudes discursivas com a finalidade de que o leitor acredite nele. No editorial em análise, poderíamos pensar que há um apagamento do EUc, sendo apenas um relator dos acontecimentos que viu, ouviu e foi induzido pelo jornal a falar. Um sujeito comunicante neutro que não deixa vestígios de julgamento ou avaliação pessoal. As escolhas gramaticais e lexicais feitas pelo jornalista ajudam a comprovar essa afirmação: o uso dos verbos na terceira pessoa, pessoa que se reporta ao referente (aquele de quem se fala – “ele”, “ela”), confirmaria a busca pela impessoalidade do jornalista que fala de algo no mundo, de um

exterior, procurando não “tomar partido” dos motivos que o teriam levado a escrever e ou relatar os fatos.

Citamos alguns trechos do editorial, em que o uso de verbos na terceira pessoa é evidente: “passaram a fazer, são reais, fazem vítimas, disseminam o medo” - quando o editorialista faz referência às cenas de violência; “tivesse regredido” - citando o capital porto-alegrense; “estão entregues” - referindo-se às cidades do interior do estado que também sofrem com a violência; “são sempre insuficientes” - dirigindo-se a falta de policias nos espaços públicos; “eles não demoram a voltar” - referindo-se aos marginais que estão nas ruas; “as pessoas precisam” - o sujeito enunciador evidencia a necessidade das pessoas em se sentirem seguras.

A todo o momento o EUE se coloca fora dos acontecimentos relatados, são as “outras pessoas que sofrem a violência e precisam de segurança”, ele, apenas é porta voz dos acontecimentos evidenciados. Há, assim, um EUC (jornalista real) escrevendo através de um EUE, para um TUI (leitor real) falando de um “ele/ela” escondido, o faroeste em Porto Alegre, ou seja, as cenas de violência que assombram a Capital Gaúcha.

Evidenciamos, também, que o tempo instaurado no discurso é o presente, o que contribui para a legitimação dos fatos narrados. É o relato fiel dos acontecimentos num “aqui-agora” marcando o ponto de referência e a atualidade do evento da fala, “o crime organizado está vencendo o Estado”. Percebemos, através do emprego do verbo “está”, a busca constante do editorialista em referenciar o momento real de criminalidade e violência em que o estado se encontra.

O modo de organização enunciativo no editorial é o *delocutivo*, no qual o que se sobressai é o discurso. Conforme Charaudeau (2014, p. 83), no ato *delocutivo* o locutor “testemunha a maneira pela qual os discursos do mundo (provenientes de um terceiro) se impõem a ele”. Sobre o ato *delocutivo* Campos (2010), evidencia que há um distanciamento do locutor em relação ao seu discurso, que passa a exibir um efeito de objetividade. Assim,

esse ato é marcado pela impessoalidade. Considera-se, aqui, a forma enunciativa na qual o locutor se apaga do ato de enunciação e por isso não implica diretamente o interlocutor. É como se o EUE não assumisse a responsabilidade pelo seu ato de enunciação, ou seja, como se estivesse desligado da locução. (CAMPOS, 2010, p. 43).

No entanto, comprovamos ao logo da análise, que não existe neutralidade absoluta do sujeito enunciador no editorial “Faroeste em Porto Alegre”, essa afirmação pode ser comprovada por meio de algumas marcas que colaboram

para identificar o posicionamento ideológico e a visão de mundo do editorialista. São pistas deixadas pelo EUE que contribuem para identificarmos a identidade do EUC: alguém consciente dos motivos que levam a capital gaúcha e o interior do estado à sofrer com as cenas de violência. Identificamos três passagens no texto que comprovam tal posicionamento: A primeira, “os contingentes policiais são sempre insuficientes para garantir segurança aos cidadãos”, logo em seguida o editorialista afirma: “A conclusão a que se chega é a de que o crime organizado está vencendo o Estado desorganizado” e, por último, a passagem: “Em pleno banguê-banguê não adianta chamar sociólogo ou professor: é hora do xerife”.

Observamos que nessas passagens, o EUC não está materializado no texto, procurando assumir um maior distanciamento em relação ao leitor, porém, é inegável que o editorialista deixa transparecer sua visão particular, a forma como enxerga os fatos relatados, opinando sobre eles. É perceptível o posicionamento ideológico e social do editorialista, sua voz pode ser “ouvida”, mesmo que camuflada: “existe crime organizado porque o estado está desorganizado”, e ainda, faltam policiais nas ruas: “os contingentes policiais são sempre insuficientes”, motivo da insegurança que acometa a população. Essas afirmações soariam como uma crítica ao poder público considerado pelo editorialista como “desorganizado”.

Diante de tais considerações, o editorialista deixa explícito seu posicionamento, contrariando a sua neutralidade e assumindo uma atitude discursiva de engajamento: “quando o sujeito opta (de maneira mais ou menos consciente) por uma tomada de posição na escolha de argumentos ou palavras, ou por uma modalização avaliativa trazida a seu discurso”. (CHARAUDEAU, 2009).

Ao escolher o argumento “é hora do xerife” o editorialista atribui-se a imagem de um EUC como “ser de convicção”, reivindicando a necessidade de uma figura que assuma o controle da situação, um sujeito digno de filmes de faroeste responsável em colocar “ordem no cenário”. O uso das expressões: “não adianta chamar sociológico ou professor”; “talvez seja necessário”, reforça a opinião particular do jornalista, que aponta para uma possível solução perante o problema da criminalidade.

Charaudeau (2015) evidencia que o contrato comunicacional apresenta, ainda, outras limitações situacionais para a realização do ato de linguagem, é o caso da *finalidade*, do *propósito* e do *dispositivo comunicacional*. Verificamos, a seguir, a finalidade, na sequência, o propósito e, por fim, o dispositivo do editorial em análise.

No editorial “Faroeste em Porto Alegre”, a finalidade do contrato comunicacional se dá, conforme a perspectiva de Charaudeau (2015, p. 69), por meio

de três visadas: visada *informativa* (fazer saber), isto é, “querer transmitir um saber a quem se presume não possuí-lo”; a visada *incitativa* (fazer crer), “querer levar o outro a pensar que o que está sendo dito é verdadeiro” e, visada do *páthos* (fazer sentir), que significa “provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável”.

O texto faz o leitor *saber* que as cenas de violência, “tiroteios, perseguições automobilísticas, assaltos a bancos, execuções”, são dignas de filmes policiais ou banguê-banguê, comparando essas ações violentas aos filmes de Faroeste. O Euc subentende, nesse sentido, que o TUD compartilhe dos mesmos saberes, por exemplo: o caráter violento característico dos filmes de Banguê-Banguê e a carga semântica instaurada sobre a palavra Faroeste, digna de várias interpretações, chegando, muitas vezes, a comicidade. Porém, o editorialista deixa claro em seu texto que essa palavra “não tem graça nenhuma”. Nesse sentido, o Euc faz o TUD *crer* que as cenas de Faroeste-Violência “são reais e fazem vítimas”, legitimando as informações narradas, fazendo o leitor real (TUi) *crer* que seus argumentos são passíveis de credibilidade já que compartilha da mesma sensação de insegurança sofrida pela população.

E, por fim, o editorialista faz o leitor *sentir* aversão aos fatos relatados, pois provoca no leitor um sentimento de descontentamento pelas cenas de violência que “passaram a fazer parte da rotina diária dos porto-alegrenses”. Motivo que leva o Euc a concluir que “o crime organizado está vencendo o estado desorganizado”, objetivando que seu TUD também chegue a mesma conclusão instaurando um sentimento de insegurança em seu TUi.

Assim, o objetivo final do editorialista real (Euc) é fazer com que o leitor real (TUi) sinta, ao final da leitura de seu texto, um sentimento de indignação. Isso porque “até os marginais estão mais “organizados” do que o estado “desorganizado””. Adjetivos empregados, não por acaso, mas com o propósito de qualificar a *deplorável situação* em que *se encontra* o estado do Rio Grande do Sul. Nessa perspectiva, Charaudeau (2015, p. 69) evidencia que o *propósito* também é outro elemento do contrato de comunicação, ele diz respeito ao próprio objetivo comunicacional e se relaciona com a ideia de *tematização* e *problematização*.

O editorial, em análise, procura informar sobre os diversos episódios de violência que assombram a capital porto-alegrense e o interior do Estado. No primeiro parágrafo, o editorialista introduz a temática, descrevendo as ações que o levam a reportar a capital gaúcha aos tempos de faroeste: “Tiroteios diários, perseguições automobilísticas, assaltos a bancos e supermercados, execuções”. A temática parte de um quadro de problematização da sociedade

brasileira. Essas cenas de faroeste “não tem graça nenhuma: são reais, fazem vítimas, disseminam o medo e a sensação de insegurança na população”. Ao tematizar tal problema, o jornal surge com o seu papel de benfeitor como se fosse a explicitação da voz “desamparada e assustada” do cidadão. Com base nisso, a tematização ganha mais credibilidade, pois está relacionada aos acontecimentos do momento.

O *dispositivo* do intercâmbio comunicacional, conforme já expressamos, é outro elemento importante dentro do contrato. O dispositivo é o suporte físico que formata a mensagem, “é a condição que requer que o ato de comunicação se construa de uma maneira particular [...]”. Define-se através das perguntas: “Em que ambiente se inscreve o ato de comunicação? Que canal de transmissão é utilizado?”. (CHARAUDEAU, 2015, p. 70). O dispositivo que veicula o editorial “Faroeste em Porto Alegre” é o jornal Zero Hora, localizado na capital do Estado do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

De circulação nacional, o jornal ZH busca, em suas abordagens editoriais, a valorização e priorização de ocorrências locais, justificando a atenção jornalística destinada ao cotidiano da comunidade. Estabelece, assim, um compromisso em divulgar os interesses da cidade e do estado. Essa característica do ZH revela um traço muito importante do texto apresentado, trata-se de um gênero opinativo. Nele encontramos a voz do jornal que, é claro, não é totalmente sua, pois as opiniões estão sendo referidas. Porém, não estão objetivas o suficientes e necessitam de uma reflexão maior para se entender o que o editorialista está querendo afirmar.

Se analisarmos a última expressão utilizada pelo editorialista “é hora do xerife” poderíamos pensar que se trata de um exemplo claro para as afirmações realizadas anteriormente, ou o objetivo do EUC é levar o TUi a acreditar que a solução para a violência está além das medidas socioeducativas, afirmando em seu texto que “não adianta chamar sociológico ou professor”, ou estaria o editorialista, por meio da voz do jornal, incitando que a solução estaria em uma possível intervenção militar? Uso da violência física? Exército na rua? Ou simplesmente deixar o estado nas “mãos” dos marginais? Já, que em filmes de “Faroeste”, o herói quase sempre é o “bandido”. São questionamentos que ficam subtendidos e ocultos ao final da leitura, exigindo uma reflexão maior e mais profunda por parte dos leitores.

Essas questões contribuem para pensarmos que não existe neutralidade no texto jornalístico. Observamos, através das pistas situacionais, que as marcas do sujeito comunicante (EUC), a ideologia e a visão de mundo são inerentes ao texto e ao discurso. Essas marcas são estratégias utilizadas pelo sujeito

enunciador (EUE), que contribuem para persuadir o leitor e convencê-lo da veracidade do que diz.

Assim, segundo Charaudeau (2015, p. 71), “o contrato de comunicação e o projeto de fala se completam, trazendo, um, seu quadro de restrições situacionais e discursivas, outro, desdobrando-se num espaço de estratégias, o que faz com que todo o ato de linguagem seja um ato de liberdade, sem deixar de ser uma liberdade vigiada”. Constatamos que escolhas lexicais, semânticas e opiniões reforçam o posicionamento do EUC. Esses elementos não são apenas transmissores de informação, mas estratégias de manipulação, que revelam intenções do enunciador de atuar argumentativamente sobre os interlocutores, direcionando sua leitura.

Considerações finais

No decorrer deste trabalho, nos ocupamos do propósito de apresentar uma proposta de análise textual-discursiva sob o aporte teórico da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2009, 2014, 2015).

Tomando por base as discussões apresentadas é possível firmar, que a Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau mostra-se um importante instrumento teórico para o exame dos mais diversos textos relacionados a uma situação discursiva, especialmente, o discurso midiático.

Nesse contexto, a Semiolinguística oferece outras possibilidades de investigação do editorial jornalístico, nosso objetivo foi explorar apenas algumas dessas possibilidades: como se estabelece o contrato de comunicação no gênero editorial e o seu duplo espaço de significância, o externo e o interno; identificamos os sujeitos de linguagem e os sujeitos de ação (EUC e o TUi), como também os sujeitos de fala responsáveis pelo ato de enunciação (EUE e o TUD); exploramos a identidade dos sujeitos de fala, a finalidade do ato comunicacional, os níveis de tematização e o dispositivo físico e material através do qual se realiza a intenção.

A partir das considerações realizadas, destacamos que nossa pretensão com esse trabalho não foi esgotar o assunto, trata-se de um estudo abreviativo. Porém, ressaltamos que a exposição teórica e a análise do editorial nos possibilitou uma visão mais geral acerca da teoria de Patrick Charaudeau e de sua produtividade na leitura e interpretação de textos.

Por fim, analisar o editorial “Faroeste em Porto Alegre” nos fez compreender que o ato de comunicação é um rico e complexo processo de produção de sentidos, que se desenrola no “filme da vida real” a partir das escolhas de cada

indivíduo, em um cenário construído pelos diversos componentes linguísticos e situacionais. Assim, na trilha aberta por Charaudeau é possível finalizar este trabalho, afirmando que: Comunicar, informar, tudo é escolha. Precisamos estar atentos a essas escolhas para não cairmos na armadilha da incompreensão.

Referências

- Bakhtin, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- CHARAUDEAU, Patrick. Identidade social e identidade discursiva, o fundamento da competência comunicacional In : PIETROLUONGO, Márcia. (Org.) *O trabalho da tradução*. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2009, p. 309-326., 2009. Disponível em: < <http://www.patrick-charaudeau.com/Identidade-social-e-identidade.html>>. Acesso em: 17 abr. 2016.
- _____. *Linguagem e Discurso: modos de organização*. Coord. Trad. Angela M.S. Corrêa e Ida Lúcia Machado. São Paulo: Contexto, 2014.
- _____. *Discurso das mídias*. Trad. Angela M.S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.
- FREITAS, Ernani Cesar de. A semiolinguística no discurso: práticas de linguagem em situações de trabalho. *Desenredo – Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade de Passo Fundo*, v. 4, n. 2, p. 262-283, jul./dez. 2008. Disponível em: <<http://www.upf.br/seer/index.php/rd/article/view/693>>. Acesso em: 06 maio. 2016.
- LIMA, Eliane Melo. *Modalização e subjetividade em editoriais: estratégias persuasivas da enunciação*. 2010. 132 f. Dissertação (Mestrado em Letras Vernáculas) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2010. Disponível em: <<http://www.letras.ufrj.br/posverna/mestrado/Lima-EM.pdf>>. Acesso em: 11 jun. 2016.
- MARI, Hugo; SILVA, Giani David; MENDES, Paulo Henrique Aguiar. Processo enunciativo: análise de alguns atos de linguagem. In: Agostinho Dias Carneiro. (Org.). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996, p. 44-70. Disponível em: <http://www.pucminas.br/imagedb/mestrado_doutorado/publicacoes/PUA_ARQ_ARQUI20130103175322.pdf?PHPSESSID=8f8c06c0ac860ac84d2f0e8e378f8b89>. Acesso em: 11 jun. 2016.
- MOURA, João Benvindo de. *Análise discursiva de editoriais do jornal meio norte, do estado do Piauí: a construção de imagens e as emoções suscetíveis através da argumentação*. 2012. 273f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) - Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade

de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/LETR-974H6D>>. Acesso em: 18 jun. 2016.

ZERO HORA, Porto Alegre. *Faroeste em Porto Alegre*, 06 abr. 2016, p. 24. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticia/2016/04/faroeste-em-porto-alegre-5754984.html>>. Acesso em: 22 abr. 2016.

Recebido em 11 de setembro de 2016.

Aceito em 31 de outubro de 2016.