



O JORNALISMO COMO (RE)PRODUTOR DE ENUNCIADOS

Darlete Cardoso

Resumo:

O enunciado não é uma frase ou um aglomerado de frases, mas um conjunto de idéias que, em contexto, dão sentido ao discurso. O presente ensaio tem como objetivo analisar a enunciação no processo de comunicação e interação social, realizada pelo jornalismo como produtor de informação. Demonstra como o jornalismo produz e reproduz enunciados através do discurso noticioso, que utiliza fragmentos da realidade, seja para a transmissão de cultura, seja para influir ideologicamente na formação de opinião pública. O jornalismo fala ao mundo, fala do mundo e fala no mundo. E, nesse falar, utiliza-se da teoria da enunciação e da polifonia na tentativa de apagar as marcas de subjetividade presentes em quaisquer discursos.

Abstract:

This essay analyzes the journalistic statement in the communication process and social interaction. The journalism produces and reproduces statements as actual break ups. It speaks to the world, speaks of the world and speaks in the world. However, this speech is not exempt of subjectivities. The statement theory and poliphonic theory are capable to study these strategies.

Palavras-chave:

Enunciado, enunciação, polifonia, discurso, jornalismo.

1 A ENUNCIÇÃO E O PROCESSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O signo é mutável em sua condição. A entonação, a situação ou contexto, o sentido trazem um valor novo ao signo, afetando a sua significação no processo social da linguagem. O mesmo sentido pode ser conferido à enunciação, entendida como ato de linguagem, que, por fazer parte do processo de comunicação, nunca se interrompe.

No dizer de Bakhtin, através da enunciação, a interação verbal é realizada como fenômeno social. Ele concebe a interação verbal como todas as formas de diálogo, ou seja, atos de fala, que podem ser resumidos sob o termo discurso, seja oral ou escrito. Ele valoriza o ato de fala, a enunciação, e afirma sua natureza social: "a fala está indissoluvelmente ligada às condições de comunicação, que, por sua vez, estão ligadas às estruturas sociais" (Bakhtin, 1997, p. 14).

A enunciação é, para Bakhtin, a unidade real da cadeia verbal que está em constante evolução, já que as relações sociais estão também sempre em evolução. A enunciação como um todo se realiza no discurso como atividade de linguagem ininterrupta, que atende aos objetivos sociais de comunicação.

Enquanto um todo, a enunciação só se realiza no curso da comunicação verbal, pois o todo é determinado pelos seus limites, que se configuram pelos pontos de contato de uma determinada enunciação com o meio extraverbal e verbal (isto é, outras enunciações) (p. 125).

Bakhtin compreende o processo de fala como um processo amplo na atividade de linguagem, tanto exterior, o ato da fala propriamente dito ou o diálogo, como no que ele chama de discurso interior, o pensamento. Na sua exteriorização, o processo de comunicação pode ser interrompido com a última palavra e o fim de uma enunciação, o inverso acontece com o discurso interior, cujo processo é ininterrupto.

A enunciação realizada é como uma ilha emergindo de um oceano sem limites, o discurso interior. As dimensões e as formas dessa ilha são determinadas pela situação da enunciação e por seu auditório. A situação e o auditório obrigam o discurso interior a realizar-se em uma expressão exterior definida, que se insere diretamente no contexto não verbalizado da vida corrente, e nele se amplia pela ação, pelo gesto ou pela resposta verbal dos outros participantes na situação de enunciação (ibidem).

Como se pode notar, Bakhtin já menciona a questão do contexto ou situação na qual um enunciado é produzido. Sendo o enunciado um ato de fala, entendido como discurso, tende a ser produzido sempre dentro de um determinado contexto, para que seu sentido tenha uma relação de significação entre os interlocutores.

Conforme Fiorin (1999, p. 30), o enunciado não é uma frase, mas "um todo de significação". O discurso, portanto, não é uma grande frase nem um aglomerado de frases. Para que uma frase qualquer seja um enunciado, deve conter um sentido, e este, por sua vez, realizado em uma dada situação, possuir uma significação para os interlocutores. O contexto, segundo Cervoni (1989, p. 19), contribui para o sentido do enunciado. Ele afirma que a frase em contexto torna-se enunciado. "O sentido do enunciado é determinado essencialmente pelo contexto situacional".

O enunciado, produto de uma enunciação, constitui o discurso, seja ele uma frase ou várias frases. O enunciado é, portanto, a frase além de sua forma fonética ou morfológica. Uma oração, uma frase, não nos dá um enunciado completo, se ficarmos nos limites gramaticais de sua estrutura no sistema abstrato da língua.

O primeiro lingüista a produzir uma teoria da enunciação foi o francês Benveniste, que a define como "a colocação em

funcionamento da língua por um ato individual de utilização” (apud Fiorin, 1999, p. 31).

Como produto da enunciação, o enunciado é um ato individual que pressupõe um sujeito. Alguém enuncia. Alguém produz um ato de fala. Alguém produz um discurso. Mas esse alguém não está sozinho. O enunciado constitui uma relação verbal entre dois sujeitos. Enunciar pressupõe dizer alguma coisa a alguém, dentro de uma competência lingüística e discursiva. O discurso é uma relação verbal entre locutor/enunciador e alocutário/enunciatário.

O enunciado deve constituir um sentido, como marca de realidade, e uma significação, ou seja, dizer alguma coisa a alguém, servir para a comunicação entre as pessoas. Para tanto, alguns componentes são necessários, conforme Cervoni: os utilizadores (sujeitos), que são o locutor e o alocutário a quem se dirige o enunciado, e o tempo e o lugar em que o enunciado é produzido. Além disso, o autor estabelece, como componentes, as condições de verdade (sentido). “O locutor presume que o alocutário é capaz de admitir a existência das condições de verdade” (1989, p. 14).

Tugendhat e Wolf (1997, p. 22) trataram também do valor de verdade do enunciado no campo na lógica, ao explicar a diferença entre frase e enunciado. A primeira é caracterizada por qualquer “seqüência de sons” que contenha uma ou mais palavras, mas que não realiza um ato de fala. Já o enunciado, construído a partir de frases enunciativas, exprime algo, dá algo a entender e possui uma pretensão de verdade. Dizem eles, interpretando Aristóteles, “toda frase tem um sentido, nem todas apresentam algo, mas sim apenas aquelas que podem ser verdadeiras ou falsas”. Para eles, podem chamar-se de frases enunciativas ou assertóricas aquelas cuja função expressiva consiste especialmente em um apresentar, em um dizer. Para essas frases “há o critério de que, com relação a elas, pode-se sempre perguntar significativamente se elas são verdadeiras ou falsas”. Quando alguém emprega uma frase enunciativa, “ergue sempre uma pretensão de verdade, e por isso os participantes do diálogo podem perguntar se essa pretensão de verdade está ou não justificada, e isto significa: se o que ele diz é verdadeiro ou falso” (Ibidem).

Outros lingüistas e filósofos, como Searle, Austin e Ducrot, por exemplo, ocuparam-se também das condições de verdade dos atos de linguagem que se realizam pela enunciação. Guimarães (1995, p. 42) diz que todo enunciado traz a questão da verdade e esta relaciona-se à ação do sujeito. “O sujeito se compromete com a verdade do que afirma, segundo as condições em que afirma”. Ele inclui, como condições, o fato de o sujeito estar investido, social e institucionalmente, de um papel para realizar o ato de linguagem. Sobre essa questão, Fiorin (1999, p. 35) afirma que, quando se produz um enunciado, “estabelece-se uma ‘convenção fiduciária’ entre enunciador e enunciatário, a qual determina o estatuto veridictório do texto”.

Para que um enunciado sirva como uma instância de mediação, assegurando que o discurso passe da competência (o dizer) para a performance (o compreender), levam-se em conta leis discursivas que balizam a troca de informação: a informatividade e a exaustividade, descritas por Kerbrat-Orecchini, conforme explica Fiorin.

Na lei da informatividade, não se trata apenas de manter uma conversação entre os interlocutores. Para que os enunciados transmitam informação, devem ser construídos a partir de coisas que a pessoa a quem se fala não conheça. Para Fiorin, parte-se da competência do falante, pois seria embaraçoso, contar à mesma pessoa o mesmo fato. “Todas as situações de comunicação que deveriam ser informativas e não o são soam um pouco estranhas” (1999, p. 34).

Já a lei da exaustividade exige que, sobre um dado tema, o enunciador apresente as informações mais fortes e marcantes do fato. “Não se pode, quando se quebrou um objeto, dizer apenas que ele caiu” (p. 34). Segundo o argumento de Fiorin, essa lei não diz respeito à informação simplesmente, mas à “taxa de informação” que se deve apresentar numa troca verbal.

Essas leis são perfeitamente caracterizadas, por exemplo, no jornalismo, cujo discurso trataremos a seguir. Um jornal não repete uma notícia que não contenha uma nova informação e, ao mesmo tempo, estabelece como regra geral na constituição de um texto noticioso, transmitir sempre as informações mais fortes já na sua abertura (lead), com a intenção de chamar a atenção do leitor. No discurso do jornalismo, um texto sempre se inicia com as informações que tenham maior importância para o contexto social.

Assim entendido, que um enunciado não é uma frase qualquer, mas uma frase constituída de sentido no nível de interpretação em um dado contexto em que é pronunciado e que deve atender aos objetivos de comunicação, passamos a refletir sobre o enunciado no discurso jornalístico, embora sabendo que não podemos dar conta de analisá-lo sob todos os aspectos possíveis da semântica. A intenção é abordar alguns desses aspectos, a fim de verificar as ligações do discurso jornalístico com esta parte da semântica: a enunciação.

2 O JORNALISMO ANUNCIA OU ENUNCIA?

O jornalismo, concebido como um processo social articulado a partir da relação entre organizações formais e coletividade, através de canais de difusão, permite a transmissão de informações em função de interesses e expectativas. Entendemos por organizações formais as editoras e as emissoras; por coletividade, o público receptor; por canais de difusão, os jornais, revistas, rádio e televisão; e informação, no jornalismo, é entendida como um processo de reprodução de fatos da atualidade. No conceito formulado por Beltrão, jornalismo é, antes de tudo,

a informação de fatos correntes, de acontecimentos registrados em qualquer setor da vida social, em qualquer parte do universo, em qualquer domínio das ciências, das artes, da natureza e do espírito, que sejam capazes de despertar o interesse dos homens reunidos em sociedade. E, neste primeiro enunciado, estão duas das características do jornalismo: a atualidade e a variedade (Beltrão, 1992, p. 69).

Porém, ele adverte que esses fatos correntes transmitidos têm de ser devidamente interpretados, porque informação, orientação e direção são atributos essenciais do jornalismo.

Como o nosso objetivo não é o de formular uma teoria do jornalismo, vamos ficar na conceituação de Beltrão, que já nos dá uma idéia básica para refletir, ainda que superficialmente, sobre o enunciado no discurso do jornalismo.

Como reprodutor de fatos da atualidade, podemos dizer que o jornalismo anuncia, ou seja, dá a conhecer, comunica os acontecimentos. E faz isso através da construção de enunciados, entendidos como proposições ou expressões de idéias, em função de sua característica de interpretador desses acontecimentos da sociedade para a sociedade.

O jornalismo, portanto, é produtor e interpretador de um conjunto de enunciados, através dos quais o jornal toma corpo. Como em qualquer forma de linguagem, o discurso jornalístico é o ato de enunciar, enquanto ato de dizer mundo. No seu discurso, o jornalismo fala o outro, fala ao outro e com o outro. Faz parte do dizer social, dado que a linguagem é um ato social. Ao enunciar, somam-se ao seu discurso valores e ideologias, embora, por vezes, sejam contraditórios. No jornalismo, a utilização da língua não se reduz a produzir um enunciado, mas, através desse enunciado, executa uma ação social. Sem um controle consciente sobre o fazer, o seu discurso não se concretiza, nem como ação social, nem como criação cultural. E, ao produzir um enunciado, tem, como missão maior, influir no debate público.

No jornal, os enunciados misturam-se em diferentes contextos: violência e acidentes com a moda da estação e a nova estrela da novela; os escândalos da política com os dos astros do futebol; as crises econômicas com o gosto cultural popular; a fome com a vida das socialites. O jornal é a arena onde se confrontam os valores sociais. Assim, o discurso jornalístico apresenta-se como o enunciador dos acontecimentos, ainda que, freqüentemente, industrialize as emoções e estabeleça gostos e aspirações, ditando costumes e crenças. É próprio dos acontecimentos o fato de serem expressos e exprimíveis, enunciados e enunciáveis. Aqui, os acontecimentos são entendidos como a matéria-prima do jornalismo, que os transforma em notícia nas páginas dos jornais, assim como na televisão e no rádio.

Como dizer social, o jornalismo fala o mundo em que vivemos; reproduz o mundo através de palavras encadeadas em enunciados justapostos. O discurso do jornal constitui um fenômeno de relações/interações comunicacionais. O seu discurso é mediador, torna-se o dizer da sociedade dirigido a si própria, enquanto relação com o real.

A escritura de um fato jornalístico pressupõe que exista realmente um fato de interesse coletivo para que o jornal possa dá-lo à luz; e, nesse fato, estejam envolvidas algumas pessoas - os produtores do acontecimento - que chamamos fontes de informação. As fontes tanto podem ser as pessoas envolvidas diretamente no fato propriamente dito, como aquelas que tenham algum conhecimento específico e que possam dar explicações sobre o contexto desses fatos, opinando e esclarecendo o leitor para a compreensão dos mesmos. Entre as fontes estão, em uma ponta, o narrador do fato, o jornalista, e, na outra, os leitores, aqueles a quem o jornal se dirige para transmitir as informações.

Portanto, no momento em que a enunciação faz nascer a ação comunicativa, insere, no enunciado, não apenas o locutor, mas interlocutores. O jornal anuncia uma tripla presença: jornalistas e leitores em relação com as fontes de informação. Como ato de comunicação escrita, transmissor de propósitos e conteúdos, o jornal tende a proporcionar uma relação cooperativa entre os produtores do discurso e os produtores da leitura (o público), ou entre locutor e interlocutor.

Ao descrever/escrever um fato jornalístico, o jornal/jornalista procura a melhor forma, a melhor estrutura morfológica, sintática, fonética, para contá-lo com precisão e com clareza. Na interpretação do fato, utiliza os recursos da estilística no discurso em um trabalho de lapidação estética das palavras, para que o leitor possa compreender, contribuindo para a formação de opinião pública.

Ao fazer isso, raramente lembramos que estamos, na verdade, semantizando os discursos das fontes e, a partir deles, produzindo novos enunciados. E enunciados, como vimos anteriormente, não são frases comuns ou um aglomerado de frases. Um enunciado pressupõe um sentido e uma significação em um dado contexto.

Assim, no exemplo, Malan veta uso social de verba de privatização (Folha de São Paulo, 28 jan. 2000). Essa frase não é apenas um sinal, tem um sentido e orienta para uma certa mensagem. No contexto em que foi proferida, admite-se que o leitor do jornal saiba que Malan é o Ministro da Economia e que exista uma verba de privatização, cujo uso social está sendo vetado. Então, nesse contexto, ela é um todo de significação. O leitor, público do enunciado, porém, pode fazer diferentes apreciações do mesmo discurso. Cada leitor tem um entender a partir de seu próprio contexto.

3 A QUESTÃO DO SUJEITO NO ENUNCIADO JORNALÍSTICO

Como todo discurso, o jornalístico é composto de uma pluralidade de enunciados marcados por diferentes formações. O enunciado jornalístico, como qualquer outro, é constituído pelos aparelhos formais de enunciação descritos por Benveniste. Esses aparelhos, também chamados de categorias da enunciação, são: o sujeito, o tempo e o espaço/lugar. Assim, Benveniste afirma que é "na e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito" (apud Fiorin, 1999, p. 14). Fiorin diz que a categoria de pessoa é essencial para que a linguagem se torne discurso. E, interpretando as categorias da enunciação de Benveniste, descreve:

como a pessoa enuncia num dado espaço e num determinado tempo, todo tempo e todo espaço organizam-se em torno do 'sujeito', tomado como ponto de referência. Assim, espaço e tempo estão na dependência do eu, que neles se enuncia. O aqui é o espaço do eu e o presente é o tempo em que coincidem o momento do evento descrito e o ato de enunciação que o descreve. A partir desses dois elementos, organizam-se todas as relações espaciais e temporais (Fiorin, 1999, p. 42).

Como o discurso é da ordem do acontecimento e não há acontecimento fora dos quadros do tempo, do espaço e da pessoa/sujeito, essas marcas não podem ser separadas; sem elas, não haveria enunciado, ou o enunciado não teria sentido, e, conseqüentemente, num dado contexto não teria significado. A informação jornalística tenta fundar um lugar e um tempo onde há sempre alguém: o participante da ação, que são os envolvidos no fato, e o interpretador e anunciador do acontecimento.

Mas, antes de nos ocuparmos especificamente do sujeito, não podemos deixar de observar, no discurso jornalístico, as marcas de tempo e espaço/lugar, alicerces da informação.

No enunciado do jornal, o tempo da enunciação, marcado como o agora, é o presente da informação, mesmo que ele se apague todos os dias, em função da coleção do jornal, dada a sua periodicidade. O presente da notícia de jornal é o hoje, a atualidade, ainda que o jornal de hoje traga a notícia de ontem, pois todo fato narrado pelo jornal é o que já aconteceu, muito embora também possa fazer projeções para o futuro, na medida em que todo acontecimento pressupõe um desdobramento. É característica do discurso jornalístico fazer com que o leitor, mesmo aquele que esporadicamente tenha acesso ao jornal, compreenda os fatos do presente.

Tomemos o enunciado: Delegado convoca Paulo Afonso para esclarecer doação (Diário Catarinense, 2 fev. 2000). O tempo no enunciado é o presente, mesmo que o delegado tenha, apenas naquele momento, tomado a decisão legal de convocar o ex-governador a explicar a doação, subentendida, pelo contexto do enunciado, como indevida. O espaço/lugar é o aqui, este, esse. No enunciado acima, o lugar é o Estado de Santa Catarina, do qual Paulo Afonso foi governador.

O discurso jornalístico pode ser tratado através do conceito de enunciação descrito por Benveniste, como uma relação do locutor com a língua, em determinado tempo e lugar. Ele trata a questão do sujeito, construindo um conceito de ordem semântica. Para ele, a enunciação é uma relação do sujeito com a língua, que dela se apropria e a põe em funcionamento.

A categoria de pessoa, segundo Fiorin, é essencial para que o ato de linguagem se torne discurso. E todo discurso, em geral, é uma relação entre eu e tu. Nele, há sempre um locutor, o enunciatário, e um alocutário, o enunciatário. Já, no jornalismo, essa relação adquire novos contornos pelo fato de que sua palavra é uma palavra de mediação entre fontes e leitores. É o que explica França, para quem

o discurso jornalístico, ao contrário, vem descaracterizar a presença de relações específicas e diretas entre aquele que o pronunciam, a audiência à qual se dirige e o assunto do qual está tratando. O locutor desaparece em seu próprio enunciado, que lhe é totalmente exterior, através do dizer impessoal. Subtraindo-se da ação contada, o locutor se identifica com um segundo observador - o leitor. Nesse momento, eles não compartilham uma experiência comum, não realizam uma troca ou um investimento pessoal, mas promovem uma convergência no papel de observadores de um terceiro que os atrai, os seduz e os aproxima (França, 1998, p. 29).

O discurso do jornal extrai a marca de subjetividade eu e tu e utiliza a terceira pessoa, ele, com enfoque na objetividade. Segundo Ducrot, o ele, no enunciado, marca-se como um não-sujeito. Fiorin também tenta esclarecer a questão:

Da mesma forma, a enunciação permite que todo ser, num processo de personificação, torne-se enunciatário e instaure como enunciatário, bastando para isso que se dirija a ele, qualquer outro ser, concreto ou abstrato, presente ou ausente, existente ou inexistente. A enunciação tem o poder de convocar aqueles a quem diz tu e instaura como pessoa aquele a quem dá a palavra (Fiorin, 1999, p. 42.).

O discurso jornalístico pode ser tratado, segundo a visão de Benveniste, que descreve em sua teoria a enunciação histórica como enunciação objetiva, sem a presença do sujeito. O jornal se apropria de enunciados de outros e produz o seu próprio, através da marca da objetividade ao usar a terceira pessoa. Esse uso predominante da terceira pessoa tende a garantir uma estratégia de universalidade, de objetividade ao discurso.

É o que Ducrot chama de polifonia ou pluralidade de vozes. O jornal produz enunciados através, ou a partir de outros enunciados, que são as fontes de informação, ou as pessoas envolvidas no fato narrado. A partir daí, Ducrot conceitua a enunciação como "a atividade de linguagem exercida por aquele que fala no momento em que fala" (apud Guimarães, 1995, p. 56).

O jornal é, assim, um mero transmissor de enunciados. Não que ele não produza os dele, já que o jornal interpreta o discurso de origem, produzindo novos enunciados. Porém, ao interpretar, apaga as marcas da fala de sua fonte para traçar a sua própria fala. Podemos dizer que os enunciados do jornal são justapostos por outros enunciados de diferentes fontes.

O enunciado: Limpeza leva 10 anos na baía da Guanabara (Folha de São Paulo, 29/01/2000), sobre o derramamento de óleo por

uma refinaria da Petrobrás, pressupõe que o órgão competente de controle do meio-ambiente ou a própria empresa tenha feito a previsão do tempo de limpeza da baía. O jornal, assim, constrói o enunciado a partir do enunciado da sua fonte de informação. Explica Mouillaud (1997, p. 118) que “sob a escritura do jornalista, ainda há escritura; sob seu discurso, outros discursos”. E diz mais: “O jornal tem tendência a tratar os enunciados dos quais não é o autor como se fossem seus” (p. 119). O jornal desenvolve sua própria forma para alcançar legitimidade, enquanto discurso autorizado. O locutor, representa-se como responsável pela enunciação, como origem do discurso.

Interessante, seguindo essa ordem conceitual, citar a questão polifônica do sujeito falante e do sujeito pensante descrita por Bally. Para ele, a enunciação comunica o pensamento. Segundo a análise de Guimarães (1995, p. 58), a teoria de Bally “trata a linguagem na sua relação com o pensamento, mas não a trata como expressão do pensamento”.

Guimarães explica que a enunciação, assim estabelecida por Bally, abre caminho para a distinção entre dois sujeitos na enunciação:

a comunicação do pensamento é feita pelo sujeito falante. Mas a forma que assume a comunicação do pensamento, segundo Bally, envolve um outro sujeito, o sujeito pensante (1995, p. 58).

Por essa linha de pensamento, podemos analisar que o jornal construiu o discurso como sendo ele, o jornal, o sujeito falante (o locutor), deixando o papel de sujeito pensante para as fontes de informação. Ainda que a comunicação seja feita pelo sujeito falante, é atribuída ao sujeito pensante.

A notícia (Diário Catarinense, 02/02/2000), cujo título é Xavier assume TJ e promete transparência, diz em sua linha de apoio: Novo presidente, que fica no cargo até 2001, garante que lutará pela humanização da justiça. Nela, o jornal, como sujeito falante, interpreta o discurso e comunica um pensamento que não é o seu, mas do Presidente do Tribunal de Justiça que assume o cargo, ao anunciar promete e garante.

Os enunciados do discurso jornalístico apresentam outras variantes, como é o caso do discurso direto e do indireto. Bakhtin formula ampla teoria, analisando outros estudiosos, sobre enunciações de outrem, que denomina de discurso citado, e que são importantes para a análise do discurso jornalístico. Para ele, o discurso citado é “o discurso no discurso, a enunciação na enunciação, mas é ao mesmo tempo, um discurso sobre o discurso, uma enunciação sobre a enunciação” (1997, p. 144).

O jornal utiliza-se da enunciação de outrem ou discurso citado para dar credibilidade ao seu discurso: não foi o jornal quem disse, mas a fonte, o entrevistado. Mesmo que o seu discurso seja enfraquecido para fortalecer o enunciado da fonte, acaba realçando seu próprio discurso, como narrador fidedigno. As citações dão autoridade ao seu enunciado.

Bakhtin explica o funcionamento do discurso citado.

A enunciação do narrador, tendo integrado na sua composição uma outra enunciação, elabora regras sintáticas, estilísticas e composicionais, para assimilá-la parcialmente, para associá-la à sua própria unidade sintática, estilística e composicional, embora conservando, pelo menos sob uma forma rudimentar, a autonomia primitiva do discurso de outrem, sem o que ele não poderia ser completamente compreendido (1997, p. 145).

No caso do discurso direto, este é amplamente utilizado pelo jornalismo. Entendemos como discurso direto aquele que enuncia o enunciado do outro diretamente, ou seja, é uma transposição literal de um enunciado. O discurso direto “concebe a imutabilidade da enunciação de outrem” (p. 155).

Exemplificando, “Brasil é favorito”, diz Forget (Diário Catarinense, 2 fev. 2000. Ao noticiar as chances de vitória da equipe brasileira na disputa da Copa Davis de Tênis, o jornal transcreveu o enunciado do capitão da equipe francesa. Coloca o enunciado entre aspas para indicar que é o da fonte de informação e não o do jornal.

Como variante do discurso direto, o jornal utiliza a transcrição de palavras e expressões da fonte no seu enunciado. Por exemplo, o presidente Fernando Henrique Cardoso defendeu que o Brasil tenha “certa dose de generosidade” em relação à Argentina, por ser um país maior e mais rico. FHC disse, porém, que “não é fácil entender” essa tese, porque a renda dos argentinos é superior à dos brasileiros, “na média” (Folha de São Paulo, 28 jan. 2000).

Através do enunciado, o jornal interpreta o discurso do presidente do Brasil, mas para provocar tensão e credibilizar o enunciado, reproduz expressões que a fonte usou para colocar a marca da objetividade ao seu discurso. Exprime a personalidade do falante no enunciado. Utiliza entre aspas as palavras do presidente, conservando integridade e autenticidade. Nessa variante do discurso, segundo Bakhtin, o enunciado pertence metade ao autor (o jornal) e metade à fonte (o falante).

As apreciações e o valor emocional de que sua representação objetiva está carregada, transmitem-se às palavras do herói. O peso semântico das palavras citadas diminui, mas, em compensação, sua significação caracterizadora se reforça, da mesma forma que sua tonalidade ou seu valor típico (1997, p. 166).

Já no discurso indireto, o jornal constrói o seu enunciado a partir do enunciado da fonte, atenuando a citação, mas usando-a como recurso narrativo. Embora apropriando-se da palavra da fonte de informação, tem a preocupação de dar autenticidade ao discurso. Bakhtin (p. 150) diz que “o narrador pode deliberadamente apagar as fronteiras do discurso citado, a fim de colorir-lo com as suas entonações, o seu humor, a sua ironia, o seu ódio, com o seu encantamento e desprezo”.

Exemplificando: O ministro José Serra (Saúde) disse que pelo menos seis medicamentos genéricos deverão chegar ao mercado em fevereiro, com preços entre 20% e 50% mais baixos. Ele não quis especificar quais são (Folha de São Paulo, 28 fev. 2000).

Ao contrário do discurso direto, as marcas emocionais são apagadas e transpostas para seu próprio enunciado. Na transposição mecânica, faz com que o leitor o apreenda como enunciado de outro. Ao anunciar o fato, o jornal introduz a enunciação da fonte sob uma forma independente da narrativa, mas conservando a autonomia ao enunciado. Essa inter-relação coloca também a objetividade e a veracidade ao discurso. Ainda que o jornal seja o produtor do enunciado, é a fonte de informação quem fala.

Os enunciados jornalísticos, seus ou de suas fontes, falam do mundo, tentam aplicar o mundo, através do relato dos acontecimentos transformados em fatos. Mas seus enunciados não explicam o mundo todo: enunciam fragmentos dos acontecimentos. Por mais completo que seja o relato jornalístico de um fato, ele não dá conta de descrevê-lo todo, porque o jornal tem limites. O limite é o tempo e o espaço. O espaço da página. A visão subjetiva de quem enuncia.

Ainda que o discurso do jornalismo seja um processo dinâmico, é, ao mesmo tempo, um espaço de estabilidade e instabilidade de enunciados de diferentes formações e de diferentes temas. Uma construção e uma reconstrução. Da economia, da política, da cultura, das artes, da vida cotidiana, dos dramas humanos, das suas fraquezas, da natureza terna ou furiosa. Pedacos da tragédia e do espetáculo de uma região, de um país.

E, nesse processo de enunciar o texto e o contexto, o faz através da palavra que a página do jornal acolhe nas suas linhas e entrelinhas. Mágica, sedutora, criadora, recriadora, eternizadora é a palavra que diz o mundo no jornal. Palavra de ilimitada tradução, mas compreensível no enunciado de Frei Betto (1997, p. 20), que escolhemos para concluir este trabalho:

No princípio era o Verbo... proclama o prólogo do evangelho de João. No fim também o será. Verbo que se faz carne e cerne e, ainda assim, permanece impronunciável. Inominável. A palavra lavra e semeia, mas seus frutos nunca serão inteiramente palatáveis. Polissêmico, verbo é mistério.

BIBLIOGRAFIA

1. BAKHTIN, Mikhail (Volochnikov). *Marxismo e filosofia da linguagem*. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.
2. BELTRÃO, Luiz. *Iniciação à filosofia do jornalismo*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 1992.
3. BETTO, Frei. *Por que escrevo?*. In: Lucídio Bianchetti (Org.). *Trama & texto: leitura crítica escrita criativa*. São Paulo: Plexus, 1997. V. II.
4. CERVONI, Jean. *A enunciação*. São Paulo: Ática, 1989.
5. DUCROT, Oswald. *Estruturalismo e lingüística*. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1968.
6. FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1999.
7. FRANÇA, Vera Veiga. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
8. GUIMARÃES, Eduardo. *Os limites do sentido*. São Paulo: Pontes, 1995.
9. MOUILLAUD, Maurice. *O sistema das citações*. In: Sérgio Dayrell Porto (Org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.
10. MOURA, Heronides Maurílio de Melo. *Significação e contexto: uma introdução a questões de semântica e pragmática*. Florianópolis: Insular, 1999.
11. TUGENDHAT, Ernest, WOLF, Ursula. *Propedêutica lógico-semântica*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

topo 

