

ANÁLISE DO DISCURSO JORNALÍSTICO: A ACUSAÇÃO DE JOÃO DORIA SOBRE O DESABAMENTO DE UM PRÉDIO EM SÃO PAULO SOB A ÓTICA DA FOLHA DE SÃO PAULO E O ESTADÃO

Letícia Nunes Pessanha¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo fazer uma análise de duas reportagens publicadas, a partir do episódio do desabamento de um prédio na área central de São Paulo durante um incêndio. Os jornais O Estadão e Folha de São Paulo publicaram matérias sobre um depoimento do ex-prefeito, João Doria, em que ele afirma que há participação de facções criminosas no caso. O trabalho traz a verificação destes conteúdos e os efeitos transmitidos em cada depoimento na produção de sentido do público, tendo como principal metodologia a Análise do Discurso (AD), com base nos referenciais teóricos de Dominique Maingueneau (2015) e Patrick Charaudeau (2015). A partir da análise de duas reportagens jornalísticas, de veículos de comunicação distintos, conclui-se que, apesar de mesmo assunto e personagem, os veículos utilizaram estratégias diferentes e abordagens que evidenciam alguns pontos e não outros, produzindo discursos jornalísticos distintos.

Palavras-chave: Análise do Discurso. Mídias. Jornalismo. Ideologia. Produção de sentido.

JOURNALIST DISCOURSE ANALYSIS: THE ACCUSATION OF JOÃO DORIA ABOUT THE COLLAPSE OF A BUILDING IN SÃO PAULO FROM THE PERSPECTIVE OF FOLHA DE SÃO PAULO AND ESTADÃO

Resumo

This article aims to analyze two published reports, based on the episode of the collapse of a building in the central region of São Paulo during a fire. The newspapers O Estadão and Folha de São Paulo published articles about a statement by the former mayor, João Doria, in which he states that criminal factions are involved in the case. The work verifies the contents and effects transmitted in each statement in the production of meaning for the public, using Discourse Analysis (DA) as its main methodology, based on the theoretical references of Dominique Maingueneau (2015) and Patrick Charaudeau (2015). From the analysis of two journalistic reports, from different media outlets, it is concluded that, despite the same subject and character, the outlets used different strategies and approaches that highlighted some points and not others, producing distinct journalistic discourses.

Keywords: Speech analysis. Media. Journalism. Ideology. Production of meaning.

¹ Centro Universitário Fluminense (Uniflu). Mestra pelo Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem (UENF). Bacharel em Jornalismo - Centro Universitário Fluminense - Uniflu (2015). Pós-Graduação em Literatura, Memória Cultural e Sociedade - Instituto Federal Fluminense campus Campos Centro (2017). Especialista em Gestão Estratégica em Recursos Humanos nos Institutos Superiores de Ensino do Censa - Isecensa (2018). E-mail: pess.leticia@gmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Com o estabelecimento do jornalismo como organização financeira, em que através desta visa-se o lucro, abandona-se o conceito de imparcialidade e neutralidade, que este campo insistentemente recebeu, para avaliar as posturas adotadas por veículos de comunicação, produtores de informação, através dos discursos presentes nas reportagens.

Desta forma, a partir de um aporte teórico-metodológico, que reúne autores como Charaudeau (2015) e Maingueneau (2015), será possível fazer uma análise a respeito do discurso jornalístico, visto que o sentido se constrói durante um processo que envolve a interação social, na qual aportam as instâncias de produção e recepção.

O objetivo deste artigo é analisar duas reportagens divulgadas pelo O Estadão e pela Folha de São Paulo, em suas plataformas online, no dia 1º de maio de 2018, a partir de um depoimento do ex-prefeito de São Paulo, João Doria, sobre um prédio que desabou após um incêndio, na área central da cidade, durante a madrugada. Os jornais postaram matérias em que o político afirma que há participação de facções criminosas no caso.

Portanto, o trabalho será dividido em cinco partes. Na primeira, se discutirá sobre a definição de discurso e de como este se apresenta no processo de transformação social. No segundo momento, será abordado o ato de comunicação e seus objetivos que vão além da simples informação. No terceiro, apresenta-se o gênero jornalístico como produtor de discursos e suas estratégias de persuasão, a partir do poder que a mídia tem de influenciar a sociedade de forma implícita, moldando hábitos e pensamentos.

Para complementar, será apresentado o contexto que levou a produção de tais reportagens: o episódio de uma tragédia, recheada de fatos que irão fazer com que a imprensa se interesse em explorar o caso. Por fim, terá a análise das reportagens produzidas pelos dois veículos, onde é possível notar dois posicionamentos sobre o mesmo tema. O trabalho traz a verificação destes conteúdos e os efeitos transmitidos em cada depoimento na produção de sentido, tendo como principal metodologia a Análise do Discurso (AD), com base nas referências de Dominique Maingueneau (2015) e Patrick Charaudeau (2015). A partir de um evento relacionado a situação, que irá desencadear essas posturas, observa-se o tratamento dado pelos jornais àquela notícia, quais efeitos foram produzidos com as reportagens, ainda com as intenções da "máquina midiática" e os pressupostos ideológicos que levaram a tais discursos.

2 O DISCURSO

Orlandi acredita que o discurso já está inserido na base humana a partir da fala e “tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento” (2009, p.15). A autora também

esclarece que não existe ingenuidade, já que não há somente a transmissão de informações, como um processo padronizado e estático, derrubando o esquema de emissão, recepção, código e captação da mensagem pelo receptor, que a decodifica, mas sim uma relação entre sujeitos e sentidos que são “afetados pela língua e pela história (...). São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc.” (p.21).

Gregolin conceitua discurso como “o lugar onde se manifesta o sujeito da enunciação e onde se pode recuperar as relações entre o texto e o contexto sócio histórico que o produziu” (1995, p.17), sendo um espaço de concentração do sentido do texto.

O discurso é um suporte abstrato que sustenta os vários TEXTOS (concretos) que circulam em uma sociedade. Ele é responsável pela concretização, em termos de figuras e temas, das estruturas semio-narrativas. Através da Análise do Discurso é possível realizarmos uma análise interna (o que este texto diz?, como ele diz?) e uma análise externa (por que este texto diz o que ele diz?). Ao analisarmos o discurso, estaremos inevitavelmente diante da questão de como ele se relaciona com a situação que o criou. A análise vai procurar colocar em relação o campo da língua (susceptível de ser estudada pela Linguística) e o campo da sociedade (apreendida pela história e pela ideologia) (Gregolin, 1995, p.17).

Já Mussalim enfatiza que “toda produção de linguagem pode ser considerada discurso” (2000, p.113), e este não é previamente construído, mas molda-se, a partir a construção de imagens do que é dito pelo sujeito. Ele reforça o argumento com base na ideia de Michel Foucault:

Foucault (1969/2004), em seu livro *Arqueologia do saber*, define discurso como um conjunto de enunciados que provém de um mesmo sistema de formação, ou ainda, para especificar melhor, define discurso como sendo constituído por um número limitado de enunciados para os quais se pode definir um conjunto de condições de existência (*apud* Mussalim, 2000, p. 131).

O discurso tem como função transformar as relações sociais ao ser projetado como uma “unidade do plano de conteúdo” (Fiorin, 2005, p.45), onde os pensamentos e formas abstratas, e até então invisíveis, surgem no espaço de forma concreta e estabelecida. Trata-se do lugar das determinações sociais, pois este nasce a partir de um sujeito, dotado de crenças, conhecimentos e valores, que ao projetar o discurso, faz com que ele circule entre uma sociedade com indivíduos “preenchidos” ideologicamente (Barros, 2007, p.51).

O discurso só é discurso enquanto remete a um sujeito, um EU, que se coloca como fonte de referências pessoais, temporais, espaciais, e, ao mesmo tempo, indica que atitude está tomando em relação àquilo que diz e em relação ao seu coenunciador (Maingueneau, 2001, p.61).

Analisar um discurso é definir como ele surgiu, suas condições de produção e identificar as seguintes questões: quem fala, de onde fala esse sujeito e a partir de que posição. Essa possibilidade vai além da organização desse discurso, observando ainda a relação com os “fatores sócio históricos que o constroem” (Barros, 2003, p.187).

Em outros termos, ser um sujeito para Foucault é ocupar uma posição enquanto enunciador. Os discursos são enunciados. A unidade elementar do discurso é o enunciado. Aquilo que é ser um sujeito para Foucault é consistente com sua concepção de discurso. E podemos dizer que seu sujeito é o sujeito do discurso tal como ele o concebe (Henry, 1997, p.35).

Logo, a Análise do Discurso (AD) das reportagens selecionadas neste trabalho é baseada na definição de Maingueneau (2001), onde o discurso se sustenta a partir de um sujeito enunciador, que ao dizer - colocar no espaço o seu dito - deixa claro as suas razões, o seu posicionamento, sobre tal assunto.

3 O ATO DE COMUNICAR

A vida em sociedade, com a troca incessante e constante de informações entre os seres humanos, só ocorre de forma eficiente por que há comunicação, visto que ela é a responsável por presidir todas as relações entre os indivíduos, permitindo o intercâmbio diário e fazendo com que determinado fim seja comum a todas as pessoas (Pereira, 2009). Mas, além deste papel primário na circulação social de bens e serviços, com o tempo e sua estruturação, a comunicação se tornou uma grande indústria e fez o seu próprio produto: a informação. “Informar é transmitir um saber a quem não o possui” (Charaudeau, 2015, p.19).

Todavia, entre as características do ato comunicativo está o propósito de transformar o comportamento de outro ser, ou seja, o influenciar. Por isso, Fiorin discorda que o objetivo do ato de comunicação seja somente informar. Para o autor, significa persuadir, fazer com o que se acredite naquilo que está sendo transmitido, criando então um “complexo jogo de manipulação” (2005, p.57).

Charaudeau ainda amplia esse processo e afirma que “comunicar é proceder uma enunciação” (2008, p.68), tal qual em uma peça teatral, visando a produção de efeitos de sentido em um determinado público, previamente pensados pelo enunciador, que ao fazê-lo revela o seu ponto de vista.

O enunciador quer fazer o enunciatário crer na verdade do discurso. Por isso, ele tem um fazer persuasivo e o enunciatário tem um fazer interpretativo. Há um contrato de veridicção entre enunciador e enunciatário. Por isso, o enunciador constrói no discurso todo um dispositivo veridictório, espalha marcas que devem ser encontradas e interpretadas pelo enunciatário (Gregolin, 1995, p.19).

O sentido é resultado do processo comunicativo que reúne as instâncias de produção e recepção em uma relação de intencionalidade, onde o receptor² se transforma em consumidor, que será então seduzido a partir de estratégias criadas pela máquina midiática.

² O público, a instância de consumo da informação midiática, que interpreta as mensagens que lhe são dirigidas segundo suas próprias condições de interpretação (Charaudeau, 2015, p.26).

Desta forma, todo discurso persuasivo deseja manipular o seu receptor, mesmo que involuntariamente, e as mídias têm um peso importante nesse modelo, pois contribuem para esta cadeia de produção de discursos, centralizados no enunciador, no que pensam e querem projetar na sociedade, sem revelar suas verdadeiras intenções (Charaudeau, 2016, p.69).

4 DISCURSO JORNALÍSTICO

As mídias surgem como propulsoras de problemas e discursos, propiciando as discussões de determinados temas. Um dos meios midiáticos é o jornal, veículo de comunicação que trabalha com notícias e que tem como principal regra priorizar informações novas.

Além de serem novidade, notícias são uma combinação de: 1) importância; e 2) interesse. Há algumas muito importantes, mas pouco interessantes, e outras muito interessantes, mas não tão importantes. Uma informação será tanto mais forte - e atrairá mais o leitor - quanto mais dessas duas características tiver. Os manuais de jornalismo listam outros critérios para definir a importância de uma notícia: ineditismo, improbabilidade, utilidade, apelo, empatia, conflito, proeminência, oportunidade (Souza Pinto, 2009, p.60).

Esses pontos são avaliados no momento em que um fato ocorre ou quando o jornalista pretende escolher uma determinada história para publicar uma reportagem. Contudo, os critérios podem mudar de acordo com o veículo de comunicação, pois cada um tem suas prioridades para hierarquizar as informações e isso se deve a não só a sua linha editorial, mas ao público a que se destina, sua periodicidade e o meio jornalístico, que pode ser televisivo, radiofônico, online ou impresso.

Neste trabalho, serão analisadas reportagens publicadas em sites, ou seja, no universo online, logo, este canal amplia algumas funções, não disponíveis nos outros meios citados. O jornalismo online trabalha com notícias instantâneas, que são publicadas praticamente em tempo real, em um curto período após o acontecimento do fato e possui mecanismos rápidos de interação com os leitores. Assim, “as formas de intervenção do leitor ganham relevo e alcançam novos papéis temáticos” (Faria e Teixeira, 2013, p.196).

A notícia publicada no jornal on-line é comentada e também compartilhada em redes sociais, espalhando-se em espirais, tomando grande abrangência em pouco tempo, consolidando novas redes enunciativas (Faria e Teixeira, 2013, p. 205).

Mas, seja em qualquer meio de comunicação, existe a forte característica da intencionalidade, uma estratégia presente no jornalismo que faz com que o público acredite em tudo aquilo que é divulgado, como se fosse uma espécie de verdade absoluta dos fatos e é partir disso, que surge o discurso jornalístico.

O discurso jornalístico visa relatar os acontecimentos, que ocorrem durante a rotina em sociedade por meio dos mais variados dispositivos midiáticos, porém se utiliza de recursos que

não deixam brecha para a refutação. Gregolin (1995, p.19) explica que uma das ferramentas utilizadas pelos jornais como garantia de “imparcialidade”, construindo um efeito de objetividade, é o uso da terceira pessoa e o discurso direto para garantir a verdade.

5 CONTEXTO DO EPISÓDIO

Na madrugada do dia 1º de maio de 2018, um prédio de 24 andares, localizado na esquina da Avenida Rio Branco com a Rua Antônio de Godói, na região do Largo do Paissandu, no Centro de São Paulo, foi atingido por um incêndio, que se espalhou rapidamente pela estrutura, fazendo com que em poucos minutos o imóvel desabasse³. O fogo começou por volta da 1h30, no quinto andar do edifício Wilton Paes de Almeida. Os bombeiros faziam o resgate de um morador no momento do desabamento do prédio.

Segundo o Corpo de Bombeiros, 372 pessoas, de 146 famílias moravam no local. Desse total, 25% são estrangeiros. A estrutura do prédio, sem restauração e conservação, fez com que as chamas tomassem conta do espaço e destruíssem tudo. Os trabalhos de buscas nos escombros duraram treze dias.

O edifício Wilton Paes de Almeida foi projetado em 1961, com o objetivo de abrigar a sede da Cia. Comercial Vidros do Brasil (CVB), pelo arquiteto Roger Zmekhol e era considerado um dos prédios comerciais mais luxuosos da época. Sua era estrutura metálica com lajes em concretos, sendo um dos primeiros imóveis da cidade a instalar uma espécie de “paredes de vidro”. Anos mais tarde, devido a dívidas dos proprietários, o espaço passou para o poder do governo do Estado, sendo a sede da Polícia Federal e do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

Em 1992, o prédio foi tombado pelo Conselho Municipal de Preservação do Patrimônio Histórico, Cultural e Ambiental da Cidade de São Paulo (Conpresp) indo para as mãos do governo federal, dez anos depois, quando ficou totalmente vazio, com a mudança de sede da Polícia Federal. Desde então, o edifício começou a receber moradores de forma irregular.

Em 2015, o prédio foi a leilão pelo valor de R\$ 24 milhões, não sendo adquirido por nenhum proprietário. Em 2017, o imóvel foi emprestado para a Prefeitura de São Paulo para a instalação da Secretaria da Educação e Cultura da cidade, segundo o Ministério do Planejamento, mas os trâmites relacionados à mudança não foram finalizados.

³ G1. **Prédio de 24 andares desaba após incêndio no Centro de SP**. G1, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/incendio-atinge-predio-no-centro-de-sp.ghtml>. Acesso em 25 de março de 2018.

No dia do desabamento, moradores relataram que o Movimento Social de Luta por Moradia (MSLM) atuava no local, inclusive, cobrando uma espécie de taxa para a habitação do prédio. A informação foi confirmada pelo o Ministério Público (MP), que acrescentou ainda que o grupo, de fato, estava no edifício.

6 ESTUDO DE CASO: ANÁLISE DAS REPORTAGENS

Este artigo traz duas reportagens, publicadas no dia 1º de maio, nos sites dos jornais O Estadão⁴ e Folha de São Paulo⁵, a partir do mesmo assunto: o depoimento do ex-prefeito de São Paulo, João Doria, horas após o incêndio e desabamento do prédio na área central da cidade, durante uma visita a edição de número 25, da Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação (Agrishow), em Ribeiro Preto, interior do estado. A primeira notícia foi publicada na plataforma da Folha de São Paulo, às 12h28, por Marcelo Toledo e Cátia Seabra, enquanto a matéria do Estadão foi divulgada no site, às 13h01, por Gustavo Porto.

Antecipadamente, pode-se destacar que caso não tivesse ocorrido a tragédia horas antes ao evento, o discurso do João Doria seria totalmente diferente. Nas matérias, os jornalistas o questionam a respeito de outros temas, contudo, com o episódio atípico daquele dia, as atenções foram voltadas a esse assunto. Logo, as reportagens trazem dois posicionamentos sobre o mesmo tema e suas conclusões deveriam ser iguais, mas não é o que ocorre. Pretende-se então, delinear a que se deve essa distinção.

A análise começa pela manchete das matérias, ou melhor, seus títulos. O Estadão trouxe como destaque a seguinte frase: “Prédio que desabou foi invadido por facção criminosa, diz Doria”, enquanto a Folha de São Paulo publicou “Prédio incendiado em SP foi ocupado por facção criminosa, afirma Doria”.

Nota-se, que nas duas manchetes foi utilizado o recurso do discurso direto, que conforme citado em seções acima, é um artifício que provoca uma interpretação do leitor, isentando o jornal de qualquer atribuição perante essa declaração, fazendo com que o foi dito ganhe o status de verdade.

⁴ O ESTADÃO. Prédio que desabou foi invadido por facção criminosa, diz Dória. O Estadão, 2018. Disponível no endereço: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,predio-que-desabou-foi-invadido-por-facciao-criminosa-diz-doria,70002290661>. Acesso em 25 de março de 2018.

⁵ FOLHA DE SÃO PAULO. Prédio incendiado em SP foi ocupado por facção criminosa, afirma Dória. Folha de São, Paulo, 2018. Disponível no endereço: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/05/predio-incendiado-em-sp-foi-ocupado-por-facciao-criminosa-afirma-doria.shtml>. Acesso em 25 de março de 2018.

Segundo Charaudeau (2008), o discurso direto possui as seguintes características: a objetividade e a seriedade, fundamentação autêntica, ou seja, mostrar que tais palavras são aquelas realmente ditas e criar distância, visando não evidenciar se o enunciador concorda ou não com que o foi dito.

Porém, Maingueneau ressalta:

Mesmo quando o discurso direto relata falas consideradas como realmente proferidas, trata-se de apenas uma encenação visando criar um efeito de autenticidade, de uma espécie de imitação (Maingueneau, 2001, p.182).

O uso do recurso do discurso direto por mais que seja fiel, trata-se apenas de um fragmento, um recorte da fala do João Doria, podendo produzir múltiplos efeitos. Também se observa ainda no título das reportagens o caráter da diferenciação adotado por todos os veículos de comunicação. Os jornais assumem essa característica de ter determinados enfoques, justamente porque a mesma notícia, idêntica em todos os veículos por assim dizer, não irá despertar o interesse do leitor.

Tais empresas de fabricar informação acham-se em concorrência num mercado que as leva a procurar distinguir-se umas das outras, acionar certas estratégias quanto à maneira de reportar os acontecimentos comentá-las, ou mesmo provocá-los (Charaudeau, 2015, p.12).

Neste caso, as notícias adquirem o conceito de texto-produto, pensado por também por Maingueneau (2015), e são organizadas a partir das teorias do “*gatekeeper*” e a organizacional, abordadas por Nelson Traquina (2005).

A primeira surgiu em 1950, por David Manning White, e considera que a notícia passa por diversas edições antes de ser apresentada ao público. Ela é resultado de diversas alterações e exclusões, desde a sua apuração até a finalização. Essa teoria indica que a produção da notícia é um mundo filtrado. Já a segunda, traz o contexto que a notícia segue os padrões editoriais da organização.

Nesse sentido, a empresa de comunicação é quem vai ditar as regras da reportagem e assim revelando “a opinião do gerente da informação, para que lado pende o dono do veículo, qual a força orgânica de uma linha editorial” (Pereira Júnior, 2012, p.21). “É apresentada ao público uma seleção-construção de notícias que se impõem como as únicas possíveis, na verdade, as únicas existentes” (Charaudeau, 2008, p.283). O autor ainda acrescenta que um acontecimento não chega ao público em seu estado bruto, ele é lapidado pelas mídias que “impõem o que constroem do espaço público” (Charaudeau, 2015, p.19).

O ato de relatar é fruto de condições de produção, regras e convenções narrativas, que perpassam os valores ético-pragmáticos da fala e os ajustes semânticos e sintáticos da linguagem, bem como as limitações de ordem técnicas ou dos gêneros discursivos.

Dessa forma, o relato jornalístico é resultado de um processo social de construção da realidade (Oliveira e Magalhães, 2015, p.5).

No título das reportagens, percebe-se uma sutil mudança para dar esse efeito diferenciação, mas ainda ao mesmo tempo em que distingue a notícia de um site em relação ao outro, produz efeitos de sentido diferentes.

Ao utilizar o verbo “invadir”, o jornal O Estadão assume um discurso mais agressivo, permitindo a interpretação de que criminosos usaram da força e contrariaram a lei para se estabelecer no local, enquanto a Folha de São Paulo preferiu colocar “ocupar”, em uma abordagem mais branda, que leva o discurso para outra interpretação, significando que a facção apenas entrou no prédio para habitar. Mesmo os verbos em questão serem sinônimos a utilização de cada um em determinado contexto, produz efeitos que não são semelhantes.

Os subtítulos das reportagens - frase situada abaixo do título - também são distintos. O do O Estadão informa que o político afirmou que a Prefeitura de São Paulo realizou tentativas de desocupação do prédio, mas não obteve êxito e o da Folha de São Paulo garante que o ex-prefeito não deu detalhes sobre a acusação, estampada na manchete.

Já no *lead*, primeiro parágrafo que contém as informações principais da reportagem, também é possível notar diferenças de abordagem jornalística. Ambos descrevem quem emitiu tal afirmação, data e local. A notícia de O Estadão traz o depoimento de João Doria sobre qual a seria a solução para evitar a tragédia envolvendo o edifício Wilton Paes de Almeida e logo em seguida aparece a frase utilizada para o recorte do destaque no título: “”A solução é evitar as invasões, o prédio foi invadido, e parte dela por uma facção criminosa”, disse o ex-prefeito durante visita à 25ª Agrishow, em Ribeirão Preto (SP)”.

Já a matéria da Folha de São Paulo mostra a acusação feita por Doria sobre a ocupação do prédio, mas informa que o político não deu explicações sobre o fato. A fala que vai corroborar com essas informações é encontrada apenas no sexto parágrafo do texto: “”O prédio foi invadido e parte desta invasão financiada e ocupada por uma facção criminosa”, disse.”.

Nota-se ainda que a transcrição da frase dita por João Doria é igual nas duas reportagens, o que ocorre é justamente um “recorte” adequado para tais textos e em que posição de destaque ele vai receber naquele contexto informativo.

Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter certeza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas (Charaudeau, 2008, p.39).

Outra divergência nítida entre as matérias aparece na reportagem de O Estadão. O terceiro parágrafo do texto jornalístico é dedicado a uma atitude tida pelo político e divulgada pelo jornal.

Minutos após a essa primeira declaração, Doria chamou um grupo de repórteres para "complementar" sua fala e "prestar solidariedade às famílias desabrigadas" e "lamentar a informação de que tivemos um óbito". O Corpo de Bombeiros, no entanto, ainda não confirma nenhuma morte. Ele disse ter conversado com representantes da Prefeitura e que recebeu a informação também de que toda a assistência será dada aos desabrigados, inclusive com possibilidade de recuperação de algum outro edifício público na região central de São Paulo para encaminhar famílias que deixaram o local (O ESTADÃO, 2018).

O que causa certa estranheza neste trecho, é que geralmente, os veículos de comunicação expõem as falas e as declarações dos entrevistados todas juntas em único contexto. No caso acima, percebe-se que o jornal fez questão de mencionar que durante a acusação de João Doria sobre o episódio do incêndio seguido de desabamento do prédio, ele não disse que prestaria solidariedade às vítimas e quis acrescentar essas declarações aos jornalistas.

O fato foi frisado na reportagem em um parágrafo a parte, descrevendo a atitude do político e ao inserir aspas na palavra “complementar” e nas frases “prestar solidariedade às famílias desabrigadas” e “lamentar a informação de que tivemos um óbito”, o jornal utiliza o recurso da modalização do discurso segundo, presente em Maingueneau (2001), para indicar que se trata de um ponto de vista do falante e não do veículo de comunicação.

Assim, as reportagens possuem algumas informações semelhantes, porém distribuídas de formas diferentes no espaço textual e apresentam também declarações do político a respeito de outros temas, como as eleições de 2018. Outra diferença entre as duas matérias é que o texto de O Estadão sobre a tragédia tem apenas três parágrafos, sendo menor do que o da Folha da São Paulo, que ainda acrescentou outras informações como a postura adotada pelo atual prefeito de São Paulo, Bruno Covas, de comentar a acusação e o depoimento do coordenador do movimento Luta por Moradia Digna (LMD), Ricardo Luciano Lima, sobre uma tentativa de responsabilizá-los pela tragédia.

Nos dois casos, existem distinções devido à aplicação de seleções e edições que toda reportagem recebe, por causa da linha editorial e isenta-se então qualquer tipo de neutralidade que a matéria possa representar, pois elas devem atentar a interesses muito maiores do que apenas informar ao público, trazendo um recorte da realidade e, portanto, ambas carregam uma ideologia por trás delas.

A "ideologia" é um conjunto de representações dominantes em uma determinada classe dentro da sociedade. Como existem várias classes, várias ideologias estão permanentemente em confronto na sociedade. A ideologia é, pois, a visão de mundo de determinada classe, a maneira como ela representa a ordem social (...). Segundo Althusser (s.d.), a ideologia é a representação imaginária que interpela os sujeitos a

tomarem um determinado lugar na sociedade, mas que cria a "ilusão" de liberdade do sujeito. A reprodução da ideologia é assegurada por "aparelhos ideológicos" (religioso, político, escolar etc.) em cujo interior as classes sociais se organizam em formações ideológicas ("conjunto complexo de atitudes e representações") (Gregolin, 1995, p.17 e p.18).

Nesta análise, existem enunciados construídos a partir da declaração de um sujeito discursivo, aquele que assume uma posição e nesse caso é o João Doria, político, ex-prefeito de São Paulo. O discurso dele é um discurso político, um ato de comunicação “cujo desafio consiste em influenciar as opiniões a fim de obter adesões, rejeições ou consensos” (Charaudeau, 2008, p.40). Este, portanto, é absorvido pela mídia, que irá reproduzi-lo a partir de enunciados, nesse caso específico, dois: o do O Estadão e o da Folha de São Paulo. Na enunciação, o receptor vai interpretar esse discurso, a partir da construção da imagem de enunciador, que foi intencionalmente provocada pelo enunciado no ato de produção.

Se todo discurso precisa de um sujeito, que é interpelado pela ideologia, ao falar ele produz sentidos, a partir de determinadas condições. Nesse sentido, o discurso jornalístico promove a construção de posicionamentos sociais para determinado sujeito e assim apresenta-se a imagem, a identidade social que se liga ao enunciador, o *ethos*. Logo, o discurso apresentado na reportagem de O Estadão revela uma postura mais agressiva do político em uma sua fala ao citar uma invasão, ato contra a lei e passível de punição, enquanto o texto da Folha de São Paulo mostra um enunciador interpelante, dizendo que apesar das inúmeras tentativas da prefeitura em mudar esse cenário, os criminosos se estabeleceram no local, o habitando.

Assim, claramente cada matéria é orientada por uma ideologia, expressada nos discursos a partir da fala do entrevistado transformada em enunciado, de forma intencional a fim de produzir efeitos supostos por cada veículo de comunicação. O Estadão propaga em seu texto uma ideologia contrária ao político, notada pelo modo como a narrativa jornalística é organizada e a presença de elementos que assumem uma postura autoritária, sendo oposta aos desabrigados. A Folha de São Paulo, por sua vez, pinça na fala do Doria a sua manchete e o enunciado aparece como uma denúncia a partir de parte do que foi dito. Nas reportagens, percebe-se claramente que os veículos não estão mentindo nos títulos dos textos, as palavras expressadas realmente foram ditas por um sujeito, mas cada jornal fez o seu próprio recorte, a partir de suas intenções.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mídias surgem no meio social como produtoras de informações, onde os indivíduos através delas podem construir seus pensamentos e opiniões. O jornalismo, como fator

importante nesse processo, busca através das notícias mostrar o que está acontecendo ao redor e oferecer diversas visões de mundo, sendo elevado ao papel de agente de transformação e manutenção de práticas sociais.

A partir da análise de duas reportagens jornalísticas, de veículos de comunicação distintos, conclui-se que existem discursos diferentes apesar de um mesmo fato. Para o aprofundamento das verificações era importante interpretar o contexto em que as informações estavam inseridas, pois “o discurso só adquire sentido no interior de um imenso *interdiscurso*” (MAINGUENEAU, 2015, p.28). Na interpretação de qualquer enunciado presente nele, é preciso fazer uma ligação com os outros enunciados em que ele se sobrepõe. Quando se organiza um texto em um gênero, haverá uma involuntária relação com outros presentes no mesmo grupo. Ao ignorar discursos concorrentes, nota-se a menor intervenção política.

O discurso jornalístico, além de ser baseado na função social de informar, que é a sua característica de exibição dos fatos ao público, também trabalha em cima da espetacularização das notícias, promovendo a dramatização dos acontecimentos a fim de ganhar a fidelidade do seu público e ainda ampliá-lo. Por isso, este trabalho buscou analisar não só o discurso das reportagens jornalísticas, mas todo o contexto de enunciação, caracterizando as diferenças entre as matérias, apontando os pressupostos ideológicos que orientaram tais narrativas e descrevendo o *ethos* do enunciator.

Compreende-se ainda que os enunciados jornalísticos vão além do ato de informar, eles apresentam fatos noticiosos, mas também revelam cruzamentos ideológicos presentes no contexto social, que podem ser vistos ou não no primeiro plano da reportagem. De toda forma, apesar do levantar a bandeira da transparência devido a função social que é levar informação ao público, os posicionamentos dos sujeitos e os confrontos ideológicos se manifestam nos discursos com diversas intenções, igualitárias ou excludentes, de união ou separação de grupos sociais.

Portanto, as reportagens têm o poder através de seus discursos de agir no desenvolvimento da representatividade dos sujeitos sociais, os indivíduos enquanto formadores de identidades, influenciando-os a assumirem uma posição, a fim de moldar as relações entre as classes.

REFERÊNCIAS.

BARROS, Diana Luz Pessoa de. A comunicação humana. **Introdução à linguística**. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. Estudos do discurso. **Introdução à linguística II: princípios de análise**. São Paulo: Contexto, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Tradução de Ana M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2015.

_____. **Discurso político**. Tradução de Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **Linguagem e discurso: modos de organização**. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **A conquista da opinião pública: como o discurso manipula as escolhas políticas**. Tradução de Ângela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2016.

FARIA, Karla; TEIXEIRA, Lucia. **Interações no jornalismo on-line**. Linguagens na cibercultura. São Paulo: Estação das Letras e cores, 2013.

FIORIN, J. L. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2001.

GREGOLIN, Maria do Rosário. **A análise do discurso: conceitos e aplicações**. São Paulo: Alfa, 1995.

HENRY, Paul. Os fundamentos teóricos da “análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1969). Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux, v. 3, p. 13-38, 1997.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira; COSTA, Luiz. **Guia para a edição jornalística**. Petrópolis: Vozes, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. **Discurso e Análise do Discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2015.

_____. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez Editora, 2001.

MUSSALIM, Fernanda. **Análise do discurso**. Introdução à linguística: domínios e fronteiras. São Paulo: Cortez editora, 2000.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. Campinas: Pontes, 2009.

OLIVEIRA, Pedro Júlio Santos de; MAGALHÃES, Francisco Laerte Juvêncio. Ethos e embates ideológicos no discurso jornalístico: uma análise crítica da reportagem do Fantástico sobre o uso do Santo Daime por presos em Rondônia. In: **Anais do Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação–Rio de Janeiro**. 2015.

PEREIRA, José Haroldo. **Curso básico de teoria da comunicação**. Rio de Janeiro: Quartet, 2009.

SOUSA PINTO, Ana Estela. **Jornalismo diário**. São Paulo: Publifolha, 2009.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular Livros, 2005.

Submetido: 06/06/2024

Aceito: 24/10/2024