

Análise do discurso jornalístico: um estudo de caso

Antonio Francisco de Freitas
Universidade Federal de Alagoasl. Maceió

Maio de 1999

Índice

1	Contextuaização histórica	3
2	Fundamentação teórica	7
2.1	Dizer e não dizer	9
2.2	Notícias e aparências	10
2.3	Desejo e poder no discurso	13
3	A reportagem	15
3.1	O dito	15
3.2	Fatos que remetem ao não dito . .	17
4	O não dito	18
5	Conclusão	23
6	Referências bibliográficas	25

Prólogo

É instigante trazer à discussão um trabalho que ultrapassa os limites da retórica tradicional, e objetiva analisar as figuras de linguagem presentes em diferentes tipos de discurso. Esta obra de Antonio Francisco de Freitas, efetua uma análise de um importante momento histórico deste país. É fruto de um tempo de maturação, de uma vida diversificada no jornalismo, e de riqueza vivenciada no Curso de Pós-Graduação.

Estamos em uma sociedade em que os meios de comunicação nos bombardeiam com imagens, símbolos e sons, como elementos integrantes de um grande sistema. A percepção

das mensagens veiculadas pode patentear-se, tanto em nível consciente, quanto em nível inconsciente. Freitas, em uma linguagem descontraída, analisa essas mensagens, de forma clara e precisa, em capítulos bem concatenados, desvelando os elementos significativos explícitos e implícitos; e as intenções das fontes e dos codificadores.

*A obra - **Análise do discurso jornalístico - caso Tribuna de Alagoas: os pressupostos e subentendidos na reportagem Dossiê Explosivo** - está repleta de teias de relações e interesses, que motivam os textos jornalísticos, e os princípios éticos (aéticos), norteadores do dia-a-dia das redações.*

Este trabalho merece destaque pela coragem de enfrentar, nestas paragens, temática tão delicada, pelo fato de não analisar o discurso do ponto de vista da estética nem como recorte do mundo, mas sobretudo por abordar os mecanismos utilizados para manipular as mentes. Sua investigação evidencia realidades que transcendem a materialidade dos conteúdos das mensagens simbólicas. Esse fato lhe assegura ter realizado uma tarefa formidável, como contribuição para o progresso de todos aqueles que resolverem estudar as mensagens subliminares. Podemos afirmar que o pré-requisito de uma de-

mocracia passa por um público bem informado.

Antonio Francisco de Freitas consegue oferecer ao leitor uma obra densa, cheia de novidades e muito útil para a compreensão da realidade jornalística nacional, justamente, por analisar o discurso de jornalistas e de políticos. Este "Dossiê Explosivo" é dirigido não apenas aos comunicadores, mas a todos aqueles que detêm ou almejam deter poder. Resta atentar, pois, para o fato de que o discurso é uma verdadeira arma de poder.

Maceió, Maio de 1999,

Carlos Eduardo de Moraes Dias, Doutor em Ciências da Comunicação - ECA/USP, Professor do DECOS/UFAL

Apresentação

Toda pesquisa de análise discursiva remete à história e às condições de produção dos enunciados e das enunciações dos sujeitos sociais, razão pela qual, este trabalho de análise do discurso da mídia tem um caráter sócio-histórico, uma vez que, traz em si, as marcas lingüísticas do dito e do não dito; ou seja, dos elementos implícitos e explícitos, que, lingüística e extra-lingüisticamente, constituíram o turbulento período histórico da política brasileira contemporânea durante o governo Collor.

Nele, se objetivam as relações de poder e de desejo de poder, segundo Foucault, - relações essas que se instauraram e se transformaram em grave corrupção no então governo Collor, no período 90-92, e que foram agravadas ainda mais pelas denúncias de Pedro Collor de Mello contra o empresário Paulo César Farias - provocando o impedimento do presidente Fernando Collor.

Ao realizar este ensaio de análise do discurso da mídia impressa, optou-se pela matéria veiculada pela revista *Veja*, em sua edição de número 1.222, de 11.02.92.

Espera-se que, ao se preservar a narrativa no passado, este trabalho estará fiel à época em que foi produzido (fevereiro de 1992), na forma de monografia, como exigência parcial para a conclusão do curso de Especialização em Língua Portuguesa, no Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas da UFAL, tendo como orientador o prof. Dr. Ingo Voese.

Deseja-se manter a fidelidade ao tempo histórico dos acontecimentos para demonstrar-se como o signo e a linguagem, *refletem e refratam*, no dizer bakhtiniano, as condições de produção social, trazendo em sua materialização, nos enunciados, as marcas das formações sociais, ideológicas e discursivas de uma época e as relações de desejo, poder, classe e ideologia que são instauradas através da linguagem, perceptíveis ao se realizar a leitura do dito e do não dito.

Introdução

Este ensaio tem por objetivo fazer a análise do discurso jornalístico contido na reportagem "Dossiê explosivo", sobre o caso *Tribuna de Alagoas* -, e paralelamente, levantar as reais intenções dos enunciadores, para se compreender o dito e não dito na referida matéria jornalística. Para se compreender o significado do que foi dito e o que foi pressuposto ou implícito, bem como quais foram as reais intenções dos enunciadores, faz-se necessário conhecer o que não foi dito, ou seja, se ler nas entrelinhas o não dito no discurso jornalístico. Neste trabalho será feita a análise do caso ocorrido em Alagoas

- a disputa do mercado de comunicação impressa envolvendo os empresários Pedro Collor de Mello (PC Mello), irmão do presidente da República e Paulo César Farias (PC Farias), ex-tesoureiro das campanhas do presidente Fernando Collor de Mello. Pedro Collor de Mello, superintendente da *Organização Arnon de Mello* - que edita o jornal *Gazeta de Alagoas*, afirma que não permitirá que o empresário Paulo César Farias implante o jornal *Tribuna de Alagoas* - eventual concorrente da *Gazeta de Alagoas*. Fundamento a presente análise lingüística nos estudos de Ducrot (1977), Foucault (1971), bem como da Lógica Dialética em Marx e áreas afins - o que permitirá ao leitor compreender os significados literais e os significados implícitos contidos no discurso jornalístico analisado.

Na parte inicial deste ensaio, apresento o Resumo Histórico dos fatos analisados. Em seguida, traço a Fundamentação Teórica que conduzirá a análise discursiva em pauta. Posteriormente, abordo o Dito e o Não Dito: os elementos lingüísticos, extralingüísticos (filosóficos, ideológicos, institucionais e subjetivos) que apontam para o Não Dito.

Ao trazer à tona o não dito, busco os pressupostos implícitos do discurso, que são classificados por Ducrot (op. Cit.) como significados implícitos. Tais fatos discursivos ficam camuflados ou subentendidos numa realização discursiva.

1 Contextualização histórica

Esta análise de caso tem por objetivo levantar os pressupostos e os subentendidos que caracterizam o não dito no discurso; e tem como objeto de estudo o texto da revista *Veja*, de 11. 02. 92, edição número 1.222,

ano 25, número 8, páginas 24 e 25, que traz a matéria com o título "Dossiê explosivo", relatando a existência de três fitas cassete comprometedoras contra o empresário Paulo César Farias. Tal denúncia contra PC Farias é feita por Pedro Collor de Mello - tentando assim fazer com que PC Farias desista da idéia de implantar o jornal *Tribuna de Alagoas*.

Na matéria, PC Mello, em seus enunciados, ameaça PC Farias, com o objetivo de intimidá-lo em relação ao seu projeto de instalação em Alagoas não só do jornal *Tribuna* como também de quaisquer outros meios de comunicação (emissoras de rádio e tevê). Com isso, PC Mello visa manter o monopólio da família Collor sem nenhum concorrente no estado.

O desejo da manutenção do poder e de sua ampliação na comunidade alagoana por parte da família Collor é o fio condutor que este trabalho procura mostrar - tendo em vista que comunicação é poder, a família do presidente Collor deixa claro que não pretende dividir com ninguém o poder e a hegemonia no mercado de comunicação alagoano.

Através do canal 7, *TV Gazeta* (afiliada da *Rede Globo*, da *Gráfica e Editora Gazeta de Alagoas*, do jornal *Gazeta de Alagoas*, e das *Rádios Gazeta AM*, *Gazeta FM* (Maceió) e *Gazeta FM* (Arapiraca, a segunda maior cidade de Alagoas) e jornal *Gazeta Arapiraca*; os Collor de Mello detêm o domínio do mercado da comunicação social no estado, e por extensão, significativa parte do poder sócio-político-econômico e ideológico.

Graças a esse complexo de comunicação que foi possível se articular o lançamento de um membro da família - Fernando Collor, o *playboy* de Copacabana dos anos 70, a

prefeito biônico de Maceió em 1978 pelo PDS, num acordo feito com a elite dominante alagoana. Em troca da indicação de Fernando Collor a prefeito, o grupo político que detinha o poder na época teria garantido o acesso por vários anos ao complexo de comunicação dos Collor.

Antes de terminar o mandato de prefeito biônico da capital, ele lançou-se candidato a deputado federal pelo PDS em 1980, sendo o deputado federal mais votado de Alagoas, graças ao poder de comunicação da família. Também através de acordo para continuar permitindo o acesso da elite política regional aos veículos de comunicação social da família Collor, foi proposta a candidatura do então deputado federal Fernando Collor para governador do Estado. No decorrer das negociações, Fernando Collor percebe que uma parte da elite política alagoana que o sustentava, basicamente filiada ao PDS e PFL, não concordava com a sua indicação pelo grupo, para governador.

Então, Fernando Collor rompe com seu partido, o PFL, e com parte do grupo político que o sustentava, ingressa no PMDB alagoano "como um simples soldado", mas, visando com isso, garantir a legenda para sair candidato a governador - numa articulação política elaborada pelo então deputado federal pelo PMDB, Renan Calheiros, que garantiu o ingresso de Collor no partido.

Novamente, em razão do poder de comunicação detido pelos Collor, foram possíveis outras negociações políticas, e, em poucos meses no PMDB, Fernando Collor, vindo da ex-ARENA, e passando pelo PDS, sai como o candidato oficial do PMDB para disputar o governo do estado de Alagoas. Assim que consolida o apoio do PMDB para sua candidatura, a *TV Gazeta* passa a

programar ostensivamente entrevistas com Fernando Collor (pois ele é um dos donos da empresa), visando passar sempre a imagem de um político jovem, sem vícios, decidido, moderno e dinâmico.

Ao mesmo tempo, Collor também passa a fazer pequenos comentários na programação jornalística da emissora da família, no horário de maior audiência, sempre as 19h45, num processo de construção de imagem e de *marketing* político permanente.

Sua ida súbita para o PMDB rompeu os seus laços com parte da oligarquia política alagoana concentrada no PDS, PFL e PTB; mas, trabalhando rapidamente sua imagem e usando um discurso político falsamente identificado com os interesses da comunidade, e, veiculado diariamente através da rede de comunicação de sua família, fez novos acordos e atraiu outros apoios.

Ao romper antigos acordos com a oligarquia local, buscou passar para a opinião pública regional uma imagem de opositorista aos políticos tradicionais da terra. De olho nos votos do Alto Sertão Alagoano, que poderiam eleger o candidato do outro grupo, segundo as pesquisas indicavam, ele, que era divorciado, se casa relativamente rápido. A escolhida foi uma jovem da família Malta, que há décadas se constitui na oligarquia política e econômica daquela região. Estrategicamente, garante com isso os votos que necessitava na região de Canapi, Mata Grande e Inhapi, área conhecida como "curral eleitoral fechado" da família Malta. Ganha a eleição, numa campanha milionária e cria laços com os Malta.

Foi ainda a influência e o domínio na área de comunicação da família Collor que garantiu as conexões políticas do então governador Fernando Collor com os principais empre-

sários e veículos de comunicação do país a partir de 1986.

Houve o estreitamento de suas ligações com o dono da *Globo*, empresário Roberto Marinho, e com o então todo poderoso Ministro das Comunicações do governo Sarney, Antonio Carlos Magalhães, atual governador da Bahia. Tais pessoas apadrinharam a sua candidatura e promoveram-na abertamente contra o candidato considerado comunista e despreparado para levar o Brasil para o primeiro mundo, Luís Inácio Lula da Silva, que segundo as pesquisas indicavam, iria para o segundo turno eleitoral. Baseados nos laços de amizade que sempre existiram entre o ex-governador e o ex-senador de Alagoas Arnon de Mello, pai de Fernando Collor - que era amigo íntimo de Roberto Marinho, tendo inclusive trabalhado no jornal *O Globo* décadas atrás e de Antonio Carlos Magalhães, a rede *Globo* e o Ministro das Comunicações assumem explicitamente a candidatura de Collor para presidente.

Assim, o até então desconhecido governador alagoano, passa a ser conhecido nacionalmente, com inserções garantidas na maior rede de tevê do país, em seu horário nobre. A sua imagem de caçador de marajás é construída no imaginário coletivo. Num trabalho de *marketing* político previamente traçado, são garantidas suas entradas gratuitamente em rede nacional em programas como o *Fantástico*, o *Jornal Nacional*, o programa do *Chacrinha* e o *Globo Repórter*. Paralelamente a isso, a sua imagem também é "fabricada" em outros importantes veículos da mídia nacional, através de matérias pagas.

Até as novelas realizadas pela *Central Globo de Produções* veiculavam a idéia da necessidade de o país eleger um "Salvador

da Pátria", nome inclusive de uma das telenovelas da época, que tinha um personagem com as características do candidato que o país precisava naquele momento e que a mídia estava "vendendo": ele era jovem, capaz, empreendedor, comprometido com mudanças neoliberais profundas, belo, garboso, bem falante e relativamente culto.

Outra novela "Que rei sou eu?", também trabalhou o imaginário coletivo, remetendo o público telespectador a pensar duas vezes antes de votar em um candidato "simplório e de origem humilde" para governar o fictício reino de Avilã.

Através de matérias pagas em vários jornais e revistas de circulação nacional, dentre elas a *Veja*, a de maior tiragem do país, Collor foi capa por várias vezes, fortalecendo sua imagem de "Caçador de Marajás", num trabalho muito bem pago e elaborado de *marketing político*.

Com o apoio político e institucional da maior rede de comunicação do país - a *Globo*, e do Ministro das Comunicações da época, Antonio Carlos Magalhães, o governador alagoano assumiu a liderança na disputa eleitoral, pregando a "modernidade administrativa", a "seriedade", a "caça aos corruptos" e o "fim da bandalheira do governo Sarney", temas que as telenovelas da *Globo* já veiculavam nos enredos ficcionais e também nas pautas de telejornalismo.

Todos os temas dos seus discursos eram previamente pesquisados pelo *Ibope*, *Instituto Gallup* e usando ainda os trabalhos "gratuitos" da agência de publicidade *Setembro*, sediada em Belo Horizonte e do *Instituto Vox Populi* - também ligado à agência *Setembro*, ambas empresas pertencentes ao filho de seu cunhado Marcos Coimbra (embaixador e atual secretário particular da Presidência

da República). Com discursos baseados em temas previamente encomendados e "plantados", com o apoio do complexo *Globo* e com muito dinheiro de origem obscura, Fernando Collor chegou ao Palácio do Planalto.

Atrás da ascensão de Fernando Collor está o enigmático empresário Paulo César Farias, o PC Farias, que mesmo não tendo nenhum cargo público é o "cidadão comum" que detém o maior poder na esfera pública nacional.

Paulo César Farias, ou PC Farias, como é conhecido nacionalmente, foi o "homem forte" ou "homem cofre" de Collor em suas campanhas para deputado federal, governador de Alagoas e para presidente da República, ao assumir as funções de tesoureiro de Collor. A principal empresa de PC Farias, a *Tratorial*, ligada à revenda de tratores e equipamentos agrícolas estava falida e envolvida na emissão de notas fiscais frias; na venda fictícia de tratores para usinas alagoanas através do crédito rural e envolvida em elevadas dívidas com o Banco do Brasil.

Após assumir a função de tesoureiro da campanha de Collor a governador de Alagoas, sua empresa saiu da falência e começou a diversificar seus investimentos. Seus negócios, que já caminhavam bem após ter sido tesoureiro de Collor na campanha a governador de Alagoas, ampliaram-se muito mais depois que foi tesoureiro de Collor para a presidência.

O seu nome, que constava inclusive na lista negativa do Banco Central, que o impedia de ter contas ou operar com a rede bancária nacional foi excluído da "lista negra" do *Bacen*.

Paulo César Farias foi o responsável direto

para levantar recursos junto ao empresariado nacional para a campanha de Collor, e coincidentemente, nesse mesmo período, sua riqueza, segundo a imprensa, passa a crescer cada vez mais, enquanto o país se afunda na recessão e os empresários têm seus patrimônios reduzidos.

Sabendo do valor estratégico de possuir meios de comunicação para consolidar o poder, PC Farias, hoje um dos empresários mais ricos do país, passa a se interessar em estruturar uma moderna rede de comunicações em Alagoas, contando com o beneplácito do amigo-presidente, Collor.

Em sendo consumado seu projeto, ele será o principal concorrente da *Organização Arnon de Mello* em Alagoas.

Já instalou a estrutura física do jornal *Tribuna de Alagoas*, cuja empresa jornalística conta com o que há de mais moderno na tecnologia de ponta para a produção de jornal - e segundo especialistas, se o jornal vier a ser efetivamente implantado, será um dos mais modernos do país. De acordo com dados extra-oficiais, já foram investidos cerca de 7 milhões de dólares no projeto *Tribuna*, algo em torno de 15 bilhões de cruzeiros.

Ele pretende ainda instalar a *TV Tribuna* e já protocolou através de seu irmão, deputado federal Augusto César Farias, do PRN, junto à Secretaria Nacional de Comunicação, o pedido de 11 canais de rádio para a família e "amigos" em Alagoas. Ao mesmo tempo em que pretende lançar o jornal *Tribuna de Alagoas*, visa paralelamente articular a candidatura de seu irmão Augusto César Farias a prefeito de Maceió, tendo o jornal *Tribuna* como suporte de comunicação. Futuramente, visará influir na eleição para governador, tendo seu próprio complexo de

comunicação e trabalhar pela eleição das pessoas ligadas ao seu grupo político ou familiar.

Tais desejos de PC Farias desencadearam o ataque verbal de PC Mello, contrário à entrada de PC Farias no setor da comunicação em Alagoas. A guerra pelo domínio da comunicação e com isso o fortalecimento do poder político no estado é a base dessa disputa. Esta análise pretende apontar as razões dos enunciados contidos na reportagem da revista *Veja*, que se constitui no *corpus* deste trabalho. Para tanto, parte-se do pressuposto de que o não dito do discurso jornalístico em pauta aponta mais claramente as razões do que foi dito.

2 Fundamentação teórica

A fundamentação teórica que delimitará os conceitos deste trabalho terá como base a pressuposição e o subentendimento que aparecem no interior da língua. Também será de extrema importância os elementos da filosofia analítica inglesa, conhecida também como a "escola de Oxford", cujos dados são extraídos do trabalho de Ducrot (1977), que utiliza os princípios do implícito e dos pressupostos para levantar o não dito no discurso.

Através do que foi dito é sempre possível se chegar ao não dito, cujas pressuposições e implicações estão contidas de forma velada ou camuflada em qualquer discurso.

A língua, na concepção de Ducrot (1977-1987), perde o caráter de um simples código, ultrapassando a visão saussuriana, pois ela não é constituída de significados restritos e homogêneos; ela não é um instrumento de comunicação fechado. A língua é muito mais do que isso "... ela será considerada

como um jogo, ou melhor, como o estabelecimento das regras de um jogo que se confunde com a existência cotidiana", frisa Ducrot (1977, p.12).

Ele observa que se a língua for aceita como um simples código, está se admitindo de antemão que todos "...os conteúdos expressos graças a ela são exprimidos de maneira explícita (...) assim, o que é dito no código é totalmente dito, ou não é dito de forma alguma", Ducrot (op. Cit., p.13). O que não é verdade, pois existe o implícito, que supera a língua como código. Ele afirma ainda que a língua não é um código, pois "...muitas vezes temos necessidade de, ao mesmo tempo, dizer certas coisas, e de poder fazer como se não tivéssemos ditos: de dizê-las, mas de tal forma que possamos recusar a responsabilidade de tê-las dito".

Isso acontece, lembra Ducrot (op. Cit., p.13), devido ao fato de que em toda sociedade, mesmo naquelas tidas como mais liberais ou livres (aparentemente), há um conjunto não negligenciável de tabus lingüísticos. Tabus esses não especificamente quanto ao sentido lexicográfico e sim devido à existência de temas inteiros proibidos e protegidos por "uma espécie de lei do silêncio (há formas de atividades, sentimentos, acontecimentos, de que não se fala)", aponta Ducrot (op. Cit., p. 13) ao abordar o assunto.

Não bastasse isso, ele explica que há para cada locutor, em cada situação particular, diferentes tipos de informação que ele não tem o direito de dar, - não porque haja alguma proibição no ato de fala e sim porque a atitude seria tida como repreensível. Em razão disso, justifica Ducrot (op. Cit., p. 15) "...recorre-se para as formas implícitas de expressão, pois permitem deixar entender

sem acarretar responsabilidades de ter dito". Toda enunciação explícita ou afirmação explicitada é aberta e passível de discussões, fazendo com que tudo o que é dito seja passível de contradição, daí o jogo lingüístico entre os falantes se fazer com o implícito - que não permite uma contestação imediata por parte dos interlocutores.

Para Ducrot (op. Cit., p. 15), existem duas categorias básicas nos procedimentos de implicitação:

a) O "implícito do enunciado", onde o locutor, através do jogo silogístico procura construir um discurso baseado em premissas nem sempre verdadeiras; vez que o locutor poderá fazer uso de jogos que digam mais respeito às convenções oratórias do que à lógica. Tais premissas fazem parte da organização interna do enunciado, o que para ele consiste em deixar não-expressa uma afirmação que é necessária para a compreensão ou a coerência do enunciado, criando assim uma lacuna no encadeamento das proposições explícitas. Só o destinatário neste caso, é chamado a preencher a lacuna.

b) A outra categoria nominada por Ducrot (op. Cit., p. 16) é o "implícito fundado na enunciação" ou o "subentendido do discurso", uma vez que o ato (...) de se tomar a palavra não é, com efeito, ao menos nas formas de civilização que conhecemos, nem um ato livre nem um ato gratuito. O ato não é livre pelo fato de que certas condições devem ser satisfeitas para que se possa ter o direito de falar e falar desta ou daquela maneira". O ato de falar também não é gratuito, esclarece Ducrot (op. Cit., p. 16), pois toda fala apresenta-se como "motivada, como respondendo a certas necessidades ou visando a certos fins". Por que o sujeito falou como falou, quais as suas reais intenções,

quais os pontos objetivos, os subjetivos e intersubjetivos contidos em seu discurso? São indagações que vêm à mente para se compreender a enunciação do sujeito. Quem disse o quê? Com que intenções? Por que disse de tal maneira tal coisa? O que não disse? São perguntas básicas que necessitam de respostas para quem se dispõe a analisar um discurso.

Devido a isso Ducrot (op. Cit., p. 17) cita que "...o implícito não deve ser procurado no nível do enunciado, como um prolongamento do nível explícito, mas num nível mais profundo, como uma condição de existência do ato de enunciação".

Ressalta ainda que todo ato de fala é motivado e que não se fala simplesmente por falar; sempre existe um interesse em jogo, interesse esse que pode ser do locutor, do destinatário ou de um terceiro qualquer; razão pela qual deve-se indagar sempre quais os motivos que levaram o locutor a falar.

Salienta também que em todos os casos ou atos de fala existem uma significação implícita (Si) superposta a uma significação literal (Sl), assim, o locutor beneficia-se da eficácia da fala e da "inocência do silêncio". Dessa forma, o locutor restringe sua responsabilidade apenas à significação literal (Sl) do enunciado, ficando a significação implícita (Si), sob a responsabilidade do ouvinte.

Tal raciocínio também pode ser aplicado no conteúdo dos objetivos dos enunciados, pois neste caso, o lingüista Ducrot (op. Cit., p. 20) ressalta que o "implícito é o que os fatos implicam: ele me disse x: ora, x implica y ; logo, ele me disse y".

O implícito também pode aparecer, no caso dos subentendidos, no próprio ato da

enunciação, conforme Ducrot (op. Cit.) explica, "neste caso, o implícito que tornou a fala possível: ele me disse x, ora, não se diz x a não ser y; logo ele quis dizer y". Ele observa ainda que o implícito nunca é encontrado e sim reconstituído. Para tanto, é fundamental utilizar-se dos conceitos de "implicitação como manifestação involuntária", e das "manobras estilísticas", que permitem ao locutor gerar certas opiniões no destinatário, sem no entanto correr o risco de formulá-las, "permitem portanto, fazer sem ter dito", observa Ducrot (op. Cit.). Motivo pelo qual, para se compreender um discurso, se faz necessário conhecer os elementos da "retórica" que dão caráter conotativo ao discurso.

2.1 Dizer e não dizer

Para uma melhor compreensão deste trabalho - do que foi dito e das intenções dos enunciadores em suas enunciações (que levam ao não dito), vale ressaltar o que diz Mainenau (1989):

a) "... é preciso levar em consideração outras dimensões; a AD relaciona-se com textos produzidos:

-no quadro de instituições que restringem fortemente a enunciação;

-nos quais se cristalizam conflitos históricos, sociais, etc.;

-que delimitam um espaço próprio no exterior de um interdiscurso limitado".

Outra observação é para que se atente aos elementos do discurso, pois a língua não é apenas um instrumento de comunicação, ela é também um poderoso instrumento de dominação, a serviço de interesses, ideologias, vontades e desejos.

Em razão disso, Possenti (1990) lembra que

"O fato de afirmar algo pode, em certas circunstâncias, ser mais relevante (ou tão relevante quanto, ou, pelo menos relevante) do que aquilo que se afirma". Tal idéia, segundo Possenti (op. Cit., p. 46), se desdobra em duas outras, fundamentais: os chamados atos de fala (perguntar, prometer, ameaçar, ordenar e outros), incluindo aí também os elementos formais da língua que são interpretados no momento da enunciação (os pronomes pessoais, demonstrativos, advérbios e outros).

b) "...a análise do discurso consiste num conjunto de procedimentos cujo objetivo é responder às perguntas: quem fala? a quem fala? o que significa o que se fala".

Fatos importantes mencionados tanto por Possenti (op. Cit. p. 46) quanto por Ducrot (op. Cit.) no tocante à enunciação é que ela é regrada, ou seja, não é qualquer pessoa, em qualquer sociedade que se pode dizer o que quer que seja."Na análise do discurso, é preciso levar-se em conta a consideração simultânea do contexto de ocorrência com a ocorrência lingüística" explica Possenti (op. Cit. p. 44). Alerta que certos enunciados podem ser gramaticalmente ambíguos, porém, o discurso poderá oferecer condições para a sua interpretação unívoca.

Afirma que a língua pode não fornecer todas as interpretações do enunciado, pois o contexto completa, ou os fatores contextuais podem também modificar o que se diz, e o contexto também justifica - porque se disse isso e não aquilo (os fatores externos da língua).

Outros fatos discursivos que também remetem ao não dito, conforme enumera Possenti (op. Cit. p. 51-2), citando Pêcheux (1983):

a) todo sujeito é assujeitado, ou seja, o discurso por isso ultrapassa não só a dimensão do indivíduo como também de sua consciên-

cia;

b) em relação aos falantes, remete à questão da subjetividade e vigora também a idéia de que o sujeito é uma função - e cita Foucault, explicando que não existe uma unidade interna nos discursos - ou seja, ele é disperso;

c) outro detalhe é que o discurso "trabalha sob o signo da heterogeneidade", ou seja, "os enunciados de cada discurso têm um percurso que faz com que carreguem a memória de outros discursos";

d) é ressaltado o efeito polifônico do discurso, ele lembra que todos os integrantes lingüísticos dos discursos "são atravessados por muitos outros discursos", oriundos de outras áreas do saber. Assim, é preciso ter em conta a interdisciplinaridade que sempre está presente no discurso; tendo em vista que podem ser enunciados elementos comuns à filosofia, economia, psicologia, religião, direito, psicanálise e outras áreas afins.

2.2 Notícias e aparências

Em razão desses aspectos apontados, tanto de caráter interno ou lingüísticos, quanto os elementos externos ao discurso ou extra-lingüísticos, existe a hipótese de que tudo o que é dito traz em si vários discursos ou enunciados não ditos.

Tendo em vista que o material analisado é um discurso jornalístico, é importante frisar que os manuais de jornalismo bem como a deontologia da comunicação social pregam que o jornalista ao relatar qualquer fato, seja através de entrevista ou reportagem deve ser imparcial, objetivo e expressar sempre a verdade dos fatos.

O mito da imparcialidade e da objetividade da imprensa e do jornalista não se sustenta, afirma Rossi (1986, p. 10), pois entre o

fato e a versão que dele publica qualquer veículo de comunicação, há a mediação de vários jornalistas - e até da cúpula diretiva da empresa; todos, envolvidos na preparação do produto notícia, de forma direta ou indireta.

No caso em pauta, o primeiro mediador entre o fato e a versão foi o repórter Eduardo Oinegue: isso é sabido pois a matéria traz a sua assinatura (nome) ou crédito; porém muitos outros mediadores tiveram acesso ao texto primário - ficando difícil saber quais foram, pois os seus nomes não são explicitados no crédito da matéria. Porém, será possível se conhecer o fluxo que qualquer notícia percorre desde a sua captação, elaboração, diagramação até a edição, dentro de um veículo de comunicação impresso.

Antes de mais nada, é importante ressaltar que não existe neutralidade ou objetividade no "fazer jornalístico", pois "qualquer jornalista carrega consigo toda uma formação cultural, todo um background pessoal, eventualmente opiniões muito firmes a respeito do próprio fato testemunhado (...). É realmente inviável exigir dos jornalistas que deixem em casa todos esses condicionamentos...", ressalta Rossi (op. Cit.), confirmando a não neutralidade do jornalista.

Na busca diária da objetividade jornalística, fato impossível como já foi mencionado, e confirmado por Rossi (op. Cit. p. 12), existe a orientação de se ouvir os dois lados ou as duas partes envolvidas no fato. Ao publicar as declarações de um e de outro lado - em tese, o veículo estaria sendo objetivo em sua linha editorial. Na prática, lembra Rossi (op. Cit.), pode ocorrer, e ocorre muito, que um dos lados (ou ambos) minta. O veículo irá publicar em suas páginas uma mentira, "fazendo o leitor raciocinar a partir de dados falsos".

Outra limitação que o jornalista sofre é a pauta, geralmente discutida sem a participação do repórter, onde somente os pauteiros e editores dos veículos definem o que o repórter vai levantar. Assim, já há um direcionamento prévio da matéria. Dessa forma, quem coleta as informações e as redige ou relata, não participa das discussões sobre o que o veículo vai publicar, como vai publicar, sob que enfoque, tamanho, títulos, estilo de diagramação e outros dados técnicos.

Rossi (op. Cit.) alerta também para a produção da pauta, que geralmente recebe da empresa o tratamento, a angulação e até o espaço que o assunto vai merecer: contribuindo para condicionar o repórter a obedecer aos itens solicitados pelos pauteiros.

Por ser um produto da indústria cultural, existem dentro da estrutura da redação e edição de uma notícia verdadeiros labirintos, que atuam como filtros da notícia. Iniciando-se pela pauta e passando pelo estilo adotado pelos veículos, que através de manuais de normas e estilo impõem uma segunda limitação na hora de se escrever um texto, chegando o filtro até à figura do editor. O repórter tem que escrever de acordo com o Manual de Redação e adequar o estilo ao que determinam as normas redacionais. Como são muitas as matérias que chegam aos veículos; das sucursais, dos correspondentes regionais, nacionais ou internacionais, das agências noticiosas, dos colaboradores, dos articulistas, dos enviados especiais e da reportagem local, há a necessidade de se fazer os ajustes de texto, estilo e de espaços disponíveis, aos padrões dos veículos, função essa atribuída ao copidesque; que irá reescrever os textos para adequá-los às

exigências editoriais contidas nos manuais ou para se obedecer às orientações internas da empresa jornalística.

Assim, para Rossi (op. Cit., p. 27) o material produzido pelo repórter passa por uma "primeira distorção entre o que aconteceu, na visão do repórter, e o que será publicado". Outros filtros podem ser citados; o editor, que se ocupa da editoria e comanda os seus repórteres, a chefia de reportagem, que decide se o enfoque dado pelo repórter é o correto ou precisa ser refeito, e, nesse caso, o copidesque é chamado para refazer ou adequar a matéria, podendo com isso omitir informações tidas como importantes pelo repórter que levantou o material primário junto às fontes.

O tamanho do texto, se conterà 20, 30 ou 70 linhas, bem como o tamanho do título, a forma de diagramação, os destaques que são dados na hora de se esboçar o *layout* da página do jornal ou da revista; são filtros *visíveis de informação*. *O título que atrai e fisga o leitor. "É evidente que uma notícia publicada com um título forte chamará mais a atenção do que outra com título pequeno. E, também nesse caso, o filtro pode ser político, jornalístico ou puramente gráfico - ou às vezes, todos ao mesmo tempo"*, acrescenta Rossi (op. Cit., p. 43-4).

Existe na abertura do *corpus* da reportagem objeto deste trabalho um título forte "Dossiê explosivo" e conotações que remetem às três formas de filtros citadas por Rossi. Além desses condicionantes, existe ainda a cúpula do veículo, que influi em todo o processo de produção da notícia, desde a elaboração da pauta até a edição final.

Demonstra-se assim que a notícia percorre um tortuoso caminho, desde a sua inclusão na pauta até ela entrar no processo

redacional ela passa por uma filtragem significativa, e a subjetividade da linguagem faz-se presente no processo de produção do produto notícia dentro das redações, até atingir a sua forma final, quando estará pronta e "embalada" para o consumo.

O critério da subjetividade jornalística, ressalta Rossi (op. Cit. p. 42), é na maior parte dos casos "...o critério central a influir nas decisões". Porém, quando o assunto é muito importante, entra em cena um segundo critério muito mais poderoso do que o da subjetividade jornalística: o julgamento político, em função das posições que cada veículo adota.

O critério político, adverte Rossi (op. Cit., p. 46) permeia todas as orientações enumeradas anteriormente, pois ele influi de forma poderosa na extensão da reportagem "...tamanho do título, na colocação da página, na chamada (ou ausência dela) na primeira página - e, algumas vezes, até na não publicação de uma notícia que contrarie os interesses fundamentais ou a visão sócio-política da empresa", são fatores de manipulação da notícia.

Com isso, percebe-se que a imparcialidade, a objetividade e a veracidade da informação perseguida pelo jornalista e apregoadas pelos veículos de comunicação social é efetivamente um mito.

O conceito de objetividade posto em voga consiste basicamente em descrever os fatos tal como aparecem: é, na realidade, um abandono consciente das interpretações, ou do diálogo da realidade, para extrair desta apenas o que se evidencia. A competência profissional passa a medir-se pelo primor da observação exata e minuciosa dos acontecimentos do dia-a-dia. No entanto, ao privilegiar aparências e reordená-las

num texto, incluindo algumas e suprimindo outras, colocando estas primeiro, aquelas depois, o jornalista deixa inevitavelmente interferir fatores subjetivos. A interferência da subjetividade, nas escolhas e na ordenação, será tanto maior quanto mais objetivo ou preso às aparências, o texto pretenda ser, menciona Laje (1982, p. 25).

A busca da intenção do discurso pronunciado pelos enunciantes visa trazer à tona os pressupostos que o sujeito deixa implícito ou subentendido em sua ação discursiva. A compreensão do dito e do não dito levantam as pistas sobre o jogo, os interesses, as intenções, ideologias ou valores contidos num dado discurso, pois, para Laje (op. Cit., p. 99) "Ao admitirmos a verdade como atributo, iniciando daí a discussão, partimos da materialidade da coisa ou do enunciado para sua eventual condição de verdade", adverte.

Em razão disso e de outros fatores é que a realização da análise do discurso exige do lingüista especial atenção, tendo em vista ainda que a linguagem é o veículo da ideologia, conforme explica Lajes (op. Cit., p.104) "No código lingüístico, composto de formas, conformidades e conformações, estão reunidas não só as possibilidades sintáticas e morfológicas como também significações referidas às ideologias e concepções do mundo: o que a cultura supõe de si mesma em termos políticos, jurídicos, filosóficos, religiosos e morais".

Faz-se necessário ter em mente que a notícia tem suas aparências de verdade, mas deixou de sê-la, como foi visto, para ser um simulacro da verdade pressuposta como tal; em razão dos critérios subjetivos que a acompanham desde o seu nascimento, na sua coleta e elaboração pelo repórter, os

jogos de interesses políticos, econômicos e sociais que a envolvem, até a sua produção final, como mais um produto para o consumo do mercado. A notícia passa por um amplo processamento em cadeia, típico da produção em série na indústria cultural, descaracterizando o fato ou o acontecimento inicial. A versão do fato estará sempre no lugar do fato, pois o fato é único e irrepetível e a representação do fato é feita através da mediação sógnica.

Até o fato noticioso chegar ao público, aconteceram diversas mediações, não somente de responsabilidade direta do jornalista que coletou e redigiu o texto primário e que manteve o contato direto junto às fontes. Tais mediações, como foram vistas, são de responsabilidade do próprio modo de produção da cultura, uma vez que medeia a produção de sentidos, conceitos, idéias ou valores que são construídos por meio da mediação dos signos lingüísticos.

Nesse processo fica difícil caracterizar a notícia inicial com a resultante desse afunilamento e após tantas mediações. Inúmeros filtros alteram a matéria ou partes do seu conteúdo, inclusive as fontes; outro filtro importante, uma vez que são partes diretamente interessadas em prestígio, vingança ou outros motivos, observa Rossi (op. Cit.). Por isso, o leitor terá sempre uma informação parcial dos acontecimentos.

Devido a tais fatores, Lage (op. Cit., p. 107) ressalta que as notícias são meros relatos de aparências codificadas:

- a) pelo código semiológico ou lingüístico;
- b) pelas técnicas de nomeação, ordenação;
- c) por um estilo. Somente após serem obedecidas estas três etapas ou ordens básicas de restrições ao elenco de possibilidades do enunciado jornalístico, a "verdade" se

apresenta como conformidade do texto com o acontecimento aparente. Essa conformidade, supostamente qualifica o jornalista como correto, enfatiza Lage (op. Cit.). O que vem a confirmar a falsa noção de objetividade, derrubando o mito da imparcialidade jornalística.

2.3 Desejo e poder no discurso

As pressões num veículo de comunicação são muitas e muito grandes, pois o jogo do poder, do interesse político, econômico e o controle ideológico são sentidos de forma clara pelos profissionais de comunicação, que lutam para divulgar os fatos, porém, seus textos, quando publicados, são pasteurizados ao extremo, e, no final, não raramente, o público terá uma tênue informação sobre o fato. Muitas vezes, o que é dito tem pouco significado. O sentido do discurso, em muitos casos, está no não dito, ou seja, nas entrelinhas, nos pressupostos e subentendidos. No que não foi divulgado ou no que está implícito nas matérias jornalísticas.

"Dados os fatos, porém, pode-se inverter o sentido do texto jornalístico. Uma palavra, uma nota podem evidenciar com clareza tudo o que se quer esconder", acentua Lage (op. Cit., p. 111). Por isso, faz-se necessário buscar-se os significados ou sentidos implícitos.

Lage (op. Cit.) observa ainda que nos veículos de comunicação, geralmente *"...está a verdade da censura e do liberalismo, da dominação e da independência. Há corrupção, medo e esperança nos jornais, mas eles não são feitos com tais substâncias, fazem-se com relatos imperfeitos de acontecimentos..."*.

Percebe-se que *"A imparcialidade, a objetividade e a veracidade nos veículos de comunicação efetivamente são mitos (...) só os ingênuos acreditam que não têm interesses capazes de levá-los a deturpar os fatos"*, frisa Laje (op. Cit.), ao contestar a imparcialidade discursiva.

Ele afirma ainda que existem dois gêneros de verdade que devem ser considerados nas notícias. Uma verdade está no acordo íntimo entre o que está sendo narrado e o que de fato ocorreu. Outra verdade está colocada no paradigma da escolha das palavras, da ordem e seleção dos acontecimentos - dos vazios existentes entre uma e outra informação e das sugestões que se deixam ao consumidor das notícias sobre como preenchê-los - é a verdade como adequação histórica, e aí aparecem os pressupostos e os subentendidos mencionados por Ducrot (op. Cit.) ao longo deste trabalho.

Nem tudo o que se fala ou se escreve é ou está no verdadeiro. A língua, além de ser um instrumento de comunicação também é instrumento de dominação. O enunciante, em muitos casos não diz a verdade em razão de tabus, proibições, rituais, seleção do sujeito (processo de exclusão), da enunciação (divisão e rejeição), da oposição entre o falso e o verdadeiro - que são dados exteriores ao discurso.

Devido a tais fatos, a análise do discurso fornece instrumentais para o lingüista tentar desvendar no jogo lingüístico qual a real intenção do que foi dito, e o que não foi dito pelo sujeito, como observa Fraga Rocco (1989, p. 72).

O tratamento da linguagem em função, em ação, a AD irá contemplar os contextos situacionais e as condições de produção do verbal - em razão do que seus domínios

terão que necessariamente trabalhar com a argumentatividade da linguagem, com as funções sociais da linguagem, com os níveis de pressuposições (implicações e subentendidos), com a enunciação, seus problemas de polifonia e recortes, com a pragmática e a semântica, com o diálogo e com os atos de linguagem.

Foucault (op. Cit., p. 5) por sua vez afirma que dos três grandes sistemas de exclusão que marcam o discurso: a palavra proibida, a divisão da loucura e a vontade de verdade, é justamente este último, a vontade de verdade, o mais importante. Tais sistemas de exclusão se exercem do exterior, acrescenta, e referem-se à parte do discurso que põe em jogo o desejo e o poder.

É Foucault (op. Cit., p. 2) quem afirma que: Numa sociedade como a nossa, conhecem-se seguramente, os processos de exclusão. O mais evidente, o mais familiar, também, é a proibição. Sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode fazer de tudo em qualquer circunstância, que não importa quem, não pode falar de não importa o quê.

Nem tudo pode ser falado, nem tudo é falado, muitas coisas não podem ser ditas e muitas vezes se faz o contrário do que se diz. Dessa forma, a verdade ou a real intenção do sujeito não é explicitada, pois vai contra os interesses, os desejos e a ideologia dominante, razão pela qual sempre se deve ter em mente, frente a qualquer discurso, a presença da subjetividade e dos processos de exclusão.

3 A reportagem

Os dados do discurso jornalístico onde procura-se buscar o não dito é a reportagem intitulada "Dossiê explosivo", elaborada pelo jornalista Eduardo Oinegue, veiculada na edição 1.222 da revista *Veja*, número 8, ano 25, inserida às páginas 24 e 25, datada de 11.02.92. Nela, o empresário Pedro Collor de Mello, superintendente da *Organização Arnon de Mello*, ataca o empresário e ex-tesoureiro das campanhas de Fernando Collor, Paulo César Farias, o PC Farias.

O fato básico que gerou os desentendimentos está na implantação, em Maceió, do jornal *Tribuna de Alagoas*, pela família de PC Farias, que visa dessa forma ampliar o seu poder de influência na política alagoana, e futuramente pretende implantar também estações de rádio e tevê - competindo diretamente com as empresas de comunicação da família Collor.

3.1 O dito

O dito no enunciado da reportagem é o seguinte:

Alagoas

Dossiê explosivo

Para o irmão mais novo do presidente, PC Farias é uma "lepra ambulante" cujos negócios podem provocar o impeachment de Collor.

Eduardo Oinegue

Três anos mais novo e 4 centímetros mais baixo que Fernando Collor, o irmão caçula Pedro Collor de Mello, 39 anos, também

tem em comum com o presidente o temperamento explosivo. Pedro prefere ser chamado pelo sobrenome do pai, Mello, e não Collor, da mãe, como o presidente fazia até trocar a assinatura por sugestão de um numerólogo. Ao contrário de Fernando Collor, Pedro Mello detesta gravatas e não gosta de uísque importado. Sua bebida preferida é vodca nacional. Fernando usa um *Lincoln* importado para se deslocar por Brasília e Pedro anda num Santana, modelo antigo, nas ruas de Maceió. Outra diferença entre os irmãos se refere ao empresário Paulo César Farias, o PC Farias, tesoureiro da campanha presidencial. Fernando é amigo de PC. Pedro e PC se detestam.

O irmão caçula só chama o empresário PC Farias de "Lepra Ambulante". Ao referir-se a Pedro, PC também não é amistoso. "Aquele moleque tem uma inteligência desse tamanhinho e toma doses de vodca desse tamanho", diz, afastando o polegar e o indicador ao máximo. O que faz o conflito da Lepra Ambulante e do Moleque da Vodca atravessar as fronteiras da República e ingressar em Brasília é um dossiê que Pedro Collor tem em suas mãos. Ele passou os últimos dois anos reunindo uma gorda documentação contra seu rival.

A parte mais explosiva do pacote são três fitas cassete de gravador, nas quais Pedro Collor relata operações financeiras irregulares promovidas por Lepra Ambulante. Há três cópias do dossiê PC, uma das quais guardada num cofre. As outras duas foram entregues a pessoas de confiança de Pedro.

Ao detalhar as estrepolias de PC, o dossiê atinge também amigos de Lepra Ambulante. "Se esse material se tornasse público, o impeachment poderia ocorrer em 72 horas", disse o irmão mais novo de Collor ao entre-

gar o dossiê a um de seus amigos depositários. Pedro se referia à possibilidade de casação de seu irmão, medida que legalmente só pode ocorrer em caso de crime contra a Constituição. O caçula não considera que o presidente esteja diretamente envolvido em nenhuma falcatrua de PC, mas teme que o irmão possa ser incriminado por seu tesoureiro de campanha.

"Liga aí" - Lepra e Moleque têm um cauteloso passivo de desavenças. A penúltima se refere ao lançamento, em Maceió, do jornal *Tribuna de Alagoas*, com o qual PC Farias pretendia tomar posse de uma fatia do latifúndio da família Collor de Mello na área de comunicações. Encarregado de administrar os negócios da família, o irmão Pedro movimentou-se pelos bastidores de Brasília e Maceió e colheu alguns frutos; o lançamento do jornal, prometido para o início de janeiro, foi adiado para o final do mês, e acabou não acontecendo. O próximo prazo é abril. A última querela envolve a campanha municipal. Na semana passada, o deputado Augusto Farias, irmão de PC, lançou sua candidatura para a prefeitura de Maceió. Numa conversa com o candidato, Pedro Collor disse o que pensa a respeito das duas desavenças: *"Não aceito que vocês tenham qualquer rádio ou televisão em Maceió e também não admitirei a candidatura Farias à prefeitura"*.

No início do ano, irado com as deambulações de Lepra pelos corredores do mundo das verbas públicas, Pedro Collor almoçou com o presidente e cobrou uma manifestação contra a candidatura do irmão de PC em Maceió para, dessa maneira, desvincular seu nome dos negócios do tesoureiro. *"Em política a coisa não funciona bem assim"*, disse Fernando Collor, *"mas já estou mandando meus*

sinais". O encontro marcou uma reconciliação. Os dois irmãos passaram meses sem se falar. Agora, trocam telefonemas pelo menos uma vez por semana. O caçula também passou uma temporada tensa com o primogênito, o empresário Leopoldo Collor. Pedro Collor tentou realizar negócios em São Paulo, área do primeiro-irmão, e chocou-se com Leopoldo. Agora, estão pacificados.

À frente das empresas, Pedro Collor quer expandir seus investimentos. A dificuldade para a expansão é o Lepra. Abrindo um jornal em Alagoas, PC ameaça enfraquecer a fortaleza do grupo Arnon de Mello em seu estado natal, onde reina desde 1943. Surpreendido pelo concorrente, Pedro Collor resolveu ir à luta com uma idéia exótica - manter o jornal do adversário sob o controle de uma eminência parda até dezembro de 1994, quando termina o mandato presidencial de Collor.

No mês passado, o caçula teve duas conversas com PC em Brasília. O primeiro encontro não deu em nada. No segundo, a conversa foi mais produtiva. Mas o Moleque irritou-se quando a Lepra Ambulante resolveu dar uma demonstração de seu prestígio pessoal junto ao presidente.

"Eu já falei com o Fernando sobre esse assunto", disse PC. Pedro enfrentou o interlocutor levantando o fone do gancho. "Liga aí, PC, fala com ele", desafiou o irmão caçula. *"Eu já combinei com o Fernando que se você usasse o nome dele na conversa eu iria mandar você telefonar para o Planalto na minha frente"*. PC não fez a ligação. A cena teve como testemunha o secretário particular de Collor, Cláudio Vieira, responsável por um tipo de gasto que interessa de perto a empresários de comunicação - verbas publicitárias do governo federal. Apesar do desafio,

a reunião encerrou-se com o esboço de um acordo. Caso chegue às bancas, a Tribuna de Alagoas terá, em sua direção, um amigo da família Collor.

Sucessor de Fernando Collor na gerência dos negócios da família, Pedro gasta doze horas do seu dia para administrar a Organização Arnon de Mello, um império regional que envolve uma estação de TV (retransmissora da Rede Globo), um jornal e três rádios. Seu maior mérito empresarial até agora foi retirar a Gazeta de Alagoas do vermelho.

Hoje, o grupo fatura 12 milhões de dólares por ano, dos quais 3,6 milhões são gerados pelo jornal. A Gazeta nem de longe é um fenômeno editorial. Dona da maior circulação do Estado, tem como principal rival um jornaleco, o Jornal de Alagoas, cuja tiragem não ultrapassa os 2000 exemplares nos dias de semana. A Gazeta vende 12.000.

Em sua linha editorial, o jornal dos Collor não é uma publicação chapa-branca. Fez reportagens sobre o escândalo da LBA durante a gestão da primeira-dama Rosane, sobre a corrupção no Ministério da Saúde de Alcení Guerra e na semana passada, divulgou denúncias a respeito da venda de uma usina do ministro da Ação Social Ricardo Fiúza. *"Não quero ser acusado de acobertar irregularidades para proteger o presidente"*, justifica-se o empresário. O sobrenome dos proprietários talvez tenha sido um fator decisivo para o sucesso da Gazeta nos últimos dois anos. Metade do faturamento do jornal é levantado junto a empresas e agências de publicidade no eixo Rio-São Paulo - ainda que encontrar nas bancas um exemplar de A Gazeta de Alagoas nessas cidades seja mais difícil do que comprar a edição mais recente do japonês Asahi Shimbun.

3.2 Fatos que remetem ao não dito

Para se compreender os sentidos dos enunciados, é preciso se fazer a leitura contrastiva, pois o discurso quer dizer isso e não aquilo, tendo em vista as implicações discursivas. Também, faz-se necessário saber quem é o sujeito, a que classe pertence, os valores que defende e de que lado político-ideológico ele está. São dados que remetem ao não dito.

Quem fala? A quem fala? O que significa o que se fala? Por que se fala? Como fala? Quem ouve? Através de quais instituições o discurso é feito ou justificado?

As pistas que induzem ao não dito são dadas pela coesão léxica, pelo jogo semântico, a presença e a forma de utilização dos operadores argumentativos - *mas, embora, porém* e outros, que indicam quais as noções são aceitas e quais são as rejeitadas. O uso da paráfrase, das metáforas, dos dêiticos e das marcas da subjetividade, bem como as formas de utilização dos verbos num dado discurso, assim como os tempos verbais empregados, contribuem para uma compreensão melhor das intenções implícitas no discurso.

No caso em questão, quem fala, o sujeito do discurso é o repórter Eduardo Oinegue, que cita Pedro Collor de Mello e publica versões do ocorrido entre PC Mello e PC Farias. Quais são as funções que o sujeito assume ao falar? A de jornalista? Ou de porta-voz de um dos entrevistados? Fala como um crítico social neutro? Ele dá pistas no seu texto sobre as intenções e desejos implícitos de ambas as partes citadas na reportagem.

Quais são as condições de quem fala? Os interesses, a existência ou não de compro-

missos do repórter para com uma das fontes? São fatos que remetem ao não dito.

A quem fala: o jornalista fala a um público leitor específico, constituído pela elite nacional, pois o veículo por ele utilizado, a revista *Veja*, é a de maior circulação nacional, com uma tiragem de 980 mil exemplares por semana, e cuja circulação semanal é de aproximadamente 860 mil exemplares.

O que significa o que se fala: a princípio o significado do que se fala tem um caráter jornalístico de denúncia, pois traz informações sobre a provável existência de negócios financeiros irregulares praticados por PC Farias, usando o nome do presidente Fernando Collor, e que poderão comprometer o presidente da República; porém, analisando-se com mais atenção existe implicitamente um forte recado de Pedro Collor a PC Farias para que este desista da implantação do jornal *Tribuna de Alagoas*.

Os enunciados atribuídos a Pedro Collor de Mello são ameaçadores contra PC Farias, que sustenta ter fitas cassete cujos conteúdos, se tornados públicos, poderiam provocar a cassação do presidente. Tais declaração, feitas pelo irmão mais novo do presidente, têm um valor implícito significativo, pois não é uma pessoa qualquer quem afirma ter documentos que poderão gerar a queda do presidente da República, é o seu próprio irmão.

Devido a isso, faz-se necessário buscar os pressupostos e os subentendidos que permeiam a formação discursiva em análise, em razão dos desejos, dos interesses e da disputa pelo poder em Alagoas, na área de comunicação, implícitos na reportagem.

4 O não dito

O que não foi dito na reportagem "Dossiê explosivo" ou o que efetivamente se pode subentender ou pressupor, de acordo com Ducrot (op. Cit.) nos elementos discursivos contidos na matéria analisada:

1º. Enunciado

Significação literal: "*Lepra Ambulante*"

Significação implícita:

"Lepra Ambulante", PC Mello amplia o campo semântico e seus significados ou sentidos, podendo ter tido a intenção de nominar o concorrente de mal caráter, corrupto contagioso, elemento pernicioso, visando desqualificá-lo como pessoa e como empresário.

2º. Enunciado

Significação literal: "*Aquele moleque tem uma inteligência desse tamaninho e toma doses de vodca desse tamanhão*".

Significação implícita:

PC Farias deixa implícito aos leitores da revista *Veja* que PC Melo tem uma inteligência limitada, ao fazer uso do adjetivo na forma diminutiva (tamaninho). Além de limitado intelectualmente, o chama de moleque, remetendo o significado para o campo semântico conotativo de "infante", ou de pessoa que toma atitudes infantis ou incoseqüentes. Constrói também o sentido de alcoólatra, atribuindo ao irmão do presidente da República o fato dele tomar doses muito grande de vodca. Seu discurso deixa subentender que Pedro Collor é um

”moleque beberrão”. Vejamos como PC Farias constrói silogisticamente a imagem de PC Mello e conclui que ele é alcoólatra: PC Melo toma bebida alcoólica (vodca). Toma doses elevadas. Ora, quem toma doses elevadas de bebida alcoólica é, portanto, alcoólatra.

3º. Enunciado

Significação literal: *“Se esse material se tornasse público, o impeachment poderia ocorrer em 72 horas”.*

Significação implícita:

A afirmação pode ser interpretada como sendo uma ameaça concreta contra seu próprio irmão (presidente Collor), forçando assim que o presidente reduza o ”campo de ação” de PC Farias. Elaborando-se outra leitura, pode ser entendido também como um blefe, pois o enunciado está no condicional *“...se tornasse... poderia...”*. Funciona também como um aviso a PC Farias, para que ele desista de ser concorrente da família Collor na área de comunicação no estado de Alagoas, pois, em sendo verdadeira a existência de tais documentos comprometedores, PC Mello pode divulgar algumas partes das fitas ou demais documentos que tenha em seu poder. Tal possibilidade está implícita no enunciado, dada a construção frástica no condicional.

Ao tempo que afirma ter documentos comprometedores contra PC Farias, Pedro Collor aumenta as suas chances de impedir a circulação da Tribuna de Alagoas, caso PC Farias tenha realmente envolvimento em negócios nebulosos.

4º. Enunciado

Significação literal: *“Não aceito que vocês tenham qualquer rádio ou televisão em Maceió e também não admitirei a candidatura Farias à prefeitura”.*

Significação implícita:

O sujeito enunciante usa o verbo no modo indicativo afirmando com determinação e certeza *“...Não aceito... não admitirei...”*. Com isso, demonstra implicitamente ter poder ou poderes de fazer cumprir suas ameaças. Deixa implícito que *“Eu sou o poder, sou o irmão do presidente e dou as cartas em Alagoas. Aqui quem manda sou eu, e não aceito dividir o poder com os Farias”*. Também deixa subentendido que a família Farias não terá as concessões que pretende para instalar emissoras de rádio e televisão no estado.

5º. Enunciado

Significação literal: *“Em política a coisa não funciona bem assim...mas já estou mandando meus sinais”*, disse Fernando Collor.

Significação implícita:

O presidente da República reconhece ao irmão que não tem poderes totais sobre PC Farias, talvez em razão de favores ou acertos político-financeiros existentes na relação dele, presidente, com o seu ex-tesoureiro de campanha. Ele não quer entrar em choque com o homem que abasteceu de dinheiro as suas campanhas para governador de Alagoas e presidente da República, tendo em vista que, por trás disso tudo existem fatos e assuntos que não podem ser ditos ou

tornados públicos.

Mas, mesmo assim, ele, presidente, vai tentar dar um jeito. A conjunção "mas" designa no contexto restrição, oposição - o presidente se compromete a fazer algumas restrições para PC Farias não lançar um irmão à prefeitura de Maceió.

Outras pressuposições podem ser levantadas no enunciado, como por exemplo a de que "Em política as coisas são diferentes, têm coisas que não podem ser ditas". Pode-se propor também outras interpretações na direção dos seguintes sentidos "Devo muito ao PC, por isso não tenho como opor-me a ele", ou ainda, "Tentarei dissuadi-lo da idéia da *Tribuna de Alagoas* e da candidatura do irmão, porém, Pedro, tenha calma, pois não posso me expor e nem me desentender com o PC", são alguns dos pressupostos discursivos deste enunciado.

6º. Enunciado

Significação literal: *"Liga aí, PC, fala com ele... Eu já combinei com o Fernando que se você usasse o nome dele na conversa eu iria mandar você telefonar para o Planalto na minha frente".*

Significação implícita:

O enunciado ordena, pois está na forma imperativa e determina que PC tome uma atitude imediatamente. É uma ordem visando provar que PC não tem mais tanto prestígio junto ao governo central - e isso foi previamente combinado entre Fernando e Pedro Collor para desmascarar PC Farias.

PC Mello ordenou que PC Farias demonstrasse naquele momento seu livre acesso ao presidente e que comprovasse realmente que houvera tratado com o presidente o assunto

que estava sendo discutido naquele momento entre ambos. Segundo o texto, PC não ligou, deixando mais uma vez subentender que ele estava mesmo usando indevidamente o nome do presidente em seus negócios.

A partir do momento em que PC Farias não ligou, ficou implícito que "ele efetivamente usa o nome do presidente em suas transações particulares e que não possui mais o prestígio que diz ter junto ao Planalto", pois não ligou ao presidente no instante em que foi desafiado e ordenado pelo empresário PC Mello.

7º. Enunciado

Significação literal: *"Não quero ser acusado de acobertar irregularidades para proteger o presidente".*

Significação implícita:

Neste enunciado PC Mello se contradiz, pois diz uma coisa e faz outra, tendo em vista que ele já estava claramente acobertando irregularidades para proteger o presidente. É o que o texto mostra. Veja-se o enunciado 3, onde ele afirma ter em mãos material (as 3 fitas cassete denunciando as irregularidades de PC Farias que envolvem o nome do presidente), que se tornadas públicas provocariam a queda de Collor. Eis aí um material jornalístico de grande importância, que ele deveria veicular em sua empresa de comunicação, já que afirma não acobertar nenhuma irregularidade para proteger o irmão-presidente.

A prova de que está acobertando irregularidades é a própria reportagem "Dossiê explosivo", onde os fatos denunciados são atribuídos a ele - Pedro Collor de Mello. Caso ele não quisesse ser acusado de es-

conder irregularidades do governo Collor, porque não divulgou os conteúdos das 3 fitas que disse ter?

A análise dos enunciados atribuídos no texto a PC Mello e PC Farias demonstra que o desentendimento entre ambos foi gerado pelo desejo de manter e ampliar o poder em Alagoas, tendo como instrumento principal para se atingir tais objetivos o domínio dos meios de comunicação no estado. É isso o que Pedro Collor não aceita, pois o poder político e os principais meios de comunicação no estado estão nas mãos da família Collor, e tal hegemonia, segundo PC Mello, é intocável. Isso Pedro Collor não deixou claro no dito, mas está no não dito, nos subentendidos ou nas entrelinhas do texto em análise.

Na luta pela manutenção da hegemonia no setor de comunicação PC Mello afirma inclusive ter poderes para impedir a concessão de emissoras de rádio e televisão para a família de PC Farias, esse dado está no não dito do discurso por ele enunciado.

Para atingir os seus objetivos de manutenção do poder, PC Mello, de acordo com o texto jornalístico, ameaça, chantageia e envia recados tanto para PC Farias quanto ao seu irmão-presidente. Ao insinuar que possui fitas gravadas que provam o envolvimento de PC Farias em atos financeiros ilegais e que talvez, tais atos possam atingir Fernando Collor, provocando até a sua cassação. Para não divulgar tais documentos, Pedro Collor de Mello quer em troca a "cabeça" de PC Farias.

Algumas considerações adicionais são pertinentes sobre as intenções discursivas produzidas tanto por Pedro Collor de Mello quanto por Paulo César Farias, conforme a matéria publicada pelo repórter Eduardo

Oinegue - o sujeito no discurso jornalístico analisado que mediou as enunciações.

Considerações essas tanto de caráter objetivo quanto subjetivo, que necessitam ser observadas tendo-se em vista não existir o mito da imparcialidade e da objetividade no fazer jornalístico.

1. O repórter Eduardo Oinegue não foi o único mediador dos fatos discursivos, pois entre a captação, a redação, a diagramação e a edição do texto jornalístico, outras pessoas atuaram e manipularam o material produzido;
2. Há dúvidas quanto ao contato do repórter com as fontes primárias, Pedro Collor e PC Farias. Pelo texto jornalístico produzido e levando-se em conta o tipo de articulação textual, fica evidente que ele não esteve em nenhum momento com as fontes - apenas atribuiu os enunciados aos personagens citados. Como não teve acesso direto às fontes e recebeu as informações de terceiros, divulgou versões, já que não teve acesso direto aos fatos;
3. Outro detalhe que deixa dúvidas sobre a ausência do repórter com as fontes, é o fato de que o repórter, autor e sujeito da versão sobre o "Dossiê explosivo", é que, em encontros onde estão em jogo assuntos de natureza tão grave, os envolvidos não permitiriam que jornalistas tivessem acesso ao encontro; notadamente quando os temas tratados estão diretamente ligados ao poder. Não deixariam ter um repórter testemunhando;
4. No texto, não está claro onde se deu o encontro entre Pedro Collor e o pre-

- sidente Fernando Collor, porém, onde quer que tenha sido, dificilmente algum jornalista teria acesso a tal encontro;
5. Evidencia-se que o repórter recebeu as informações de fontes secundárias, pois como foi dito antes, em encontros envolvendo Pedro Collor, Paulo César Farias, Cláudio Vieira e Fernando Collor, para ser tratado de um caso explosivo, um jornalista a serviço da *Veja* ou de outro veículo de comunicação não teria acesso;
 6. As fontes secundárias que passaram as informações ao repórter são todas de confiança? São ligadas a que grupo? Defendem os interesses de qual grupo junto ao poder? Não estariam fazendo o jogo de um dos lados para prejudicar o outro lado? Passaram as informações com absoluta fidelidade? Essas e outras indagações ficam sem respostas.
 7. Como o repórter não participou dos encontros relatados, pois todos os enunciados são introduzidos no texto entre aspas, não teria havido a "plantação de notícias", visando favorecer Pedro Collor e ao mesmo tempo tendo sido um recado a PC Farias?
 8. A matéria é favorável a PC Mello, desde o título, o subtítulo e a prioridade da foto. Na referida reportagem, está implícita um forte recado de Pedro Collor, através da revista de maior circulação nacional, a PC Farias e seus amigos de que não tinham mais o apoio e o aval do "poder" para realizar seus negócios;
 9. Ao se fazer a análise semântica, detecta-se no discurso uma carga emotiva muito forte por parte de PC Mello, através dos signos lingüísticos por ele utilizado. Também numa análise semiótica nota-se que a foto principal, que abre a matéria, prioriza Pedro Collor, onde ele aparece com o punho direito cerrado sobre a mesa, os cenhos franzidos, demonstrando sinal de irritação, raiva. A imagem de punho fechado, prestes a esmurrar a mesa do escritório da *TV Gazeta*, (e o adversário PC Farias) abre o texto. Ao fundo da imagem, aparece em segundo plano, a logomarca da empresa *Gazeta de Alagoas*, cuja marca representa a força e o poder da família Collor. A foto tem um valor fotojornalístico e semiótico importante, e produz um sentido forte, explicitando um desafio e um último aviso ao seu adversário e inimigo PC Farias. Tanto o título quanto o subtítulo, bem como as fotos de Pedro Collor, Leopoldo Collor e Rosane Collor, que ilustram o texto, se articulam de forma metalingüística, apontando o poder da família do presidente no estado de Alagoas. A morfologia, a estrutura da paginação e da diagramação da reportagem deixam subentender que a "família" do político mais importante do país (o presidente da República), estaria unida para isolar a "Lepra Ambulante", que poderia causar o *impeachment* do presidente, e com isso a perda do poder.
 10. A matéria não é de responsabilidade editorial da revista *Veja*, e sim do autor, jornalista Eduardo Oinegue, pois o texto traz a sua assinatura. Em razão disso, outras perguntas podem ser feitas: Será que pela disputa do poder e

pelo controle da comunicação em Alagoas, uma das partes não estaria usando direta ou indiretamente o jornalista para atingir seu objetivo? Mesmo sem duvidar da seriedade profissional do repórter, isso é perfeitamente possível de ocorrer, e ocorre, na luta pelo poder e no meio jornalístico:

11. Dos oito enunciados atribuídos às fontes, seis deles partiram ou privilegiaram Pedro Collor de Mello (incluindo aí um atribuído ao seu irmão-presidente), enquanto que somente dois enunciados foram atribuídos a Paulo César Farias. Estatisticamente, nota-se que 75% dos enunciados foram de PC Mello, enquanto que 25% dos enunciados restantes foram creditados a PC Farias. O discurso jornalístico nessa análise quantitativa prova que o texto foi elaborado de forma a favorecer Pedro Collor de Mello:
12. Os enunciados atribuídos a Pedro Collor de Mello são redundantes e se repetem ao longo do texto, num esforço de tornar-se claro e de fazer-se entender pelo público leitor; constata-se a presença da paráfrase, pois o texto é expandido em torno de um único tema em questão, para dar mais clareza aos fatos.

5 Conclusão

Foi visto que toda enunciação carrega um forte caráter ideológico, tendo por trás como elementos básicos o poder e o desejo, porém, tais intenções não são ditas explicitamente, havendo a necessidade de se buscar o sentido oculto dos enunciados de

um dado discurso, que por ser polissêmico, polifônico e constituído de subentendidos e pressuposições, muitas vezes a intenção real do enunciante não está no que foi dito e sim no não dito.

Foucault (op. Cit., p. 2) lembra que nem tudo pode ser dito e que a enunciação está marcada por uma ampla rede de significações, proibições, interesses e desejos por parte do sujeito, e afirma que:

Apesar de o discurso parecer ser pouca coisa, as proibições que o atingem revelam muito cedo, muito depressa sua ligação com o desejo e o poder. O espantoso está em que o discurso - a psicanálise nô-lo mostrou - não é simplesmente o que manifesta (ou encobre) o desejo; é também o que é objeto do desejo; e em que o discurso - isso a história não cessa de nô-lo ensinar - não é simplesmente o que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas o porquê, aquilo pelo que se luta, o poder cuja posse se procura.

Assim, é possível compreender que, mesmo em razão das proibições impostas aos enunciadores Pedro Collor de Mello e Paulo César Farias, por estarem ligados ao poder (presidente Collor), seus enunciados estão carregados de intenções e desejos, notadamente os atos de fala atribuídos a Pedro Collor. Ao se fazer a leitura do não dito em Ducrot (op. Cit.), é possível se detectar os desejos de poder implícitos nos enunciados de Pedro Collor.

A princípio pode parecer que a verdadeira intenção do discurso jornalístico analisado estaria no que foi dito, mas, após a análise, percebe-se que a importância central do texto veiculado pela revista *Veja* está no não dito.

É Politzer (s. d., p. 80) quem observa que

a contradição das idéias é apenas uma das formas da contradição: por ser a contradição uma realidade objetiva, presente em todo o mundo, é que se encontra, também, no "sujeito", que ela se encontra no homem (que faz parte do mundo). Todo processo (natural ou social) explica-se pela contradição. Essa contradição subsiste, enquanto dura o processo: existe, ainda que não seja manifestada.

Sabe-se que, quando o sujeito afirma, o dito, é preciso buscar-se o que ele está negando ou deixando de dizer, o não dito; para se detectar suas reais intenções discursivas e objetivas.

Como foi mostrado, o mito da imparcialidade, da objetividade e da veracidade total não existe não ação humana, e por extensão no discurso jornalístico, razão pela qual o fazer jornalístico está condicionado a todos os tipos de interesses e manipulações, pois "só os ingênuos acreditam que não têm interesses capazes de levá-los (os meios de comunicação e também os jornalistas) a deturpar os fatos" adverte Laje (op. Cit. p. 111). Devido a isso, em todo discurso jornalístico há a necessidade de se interpretar também o não dito.

Compreende-se que o não dito tem um valor igual ou até mesmo maior do que o dito, em razão dos interesses envolvidos e que por isso mesmo não são explicitados, ficando dessa forma nos implícitos discursivos. Apreende-se ainda que a subjetividade permeia todos os discursos e que o ocultamento dos fatos pelo enunciante, o porquê ele enuncia dessa ou daquela maneira deve ser buscado no não dito, ou seja, no campo do extralingüístico, no contexto sócio-histórico. No caso analisado, Pedro Collor deixa implícita a sua vontade de mais poder e

o desejo de manutenção do monopólio da comunicação em Alagoas *ad infinitum*. Tais fatos estão nos pressupostos de implicação discursiva, no não dito.

Espero ter demonstrado neste trabalho que as intenções implícitas de poder e desejo tanto de PC Mello quanto de PC Farias, tendo como tema central o domínio do setor de comunicação em Alagoas foram os fatores que desencadearam a reportagem "Dossiê explosivo".

Ao final, conclui-se que nenhum discurso é neutro e que as conseqüências dos enunciados de Pedro Collor na reportagem "Dossiê explosivo" abalaram a estrutura do poder. O projeto de lançamento do jornal *Tribuna de Alagoas* foi efetivamente adiado por tempo indeterminado pelo empresário PC Farias e família, no dia 10 de abril de 1992 e os desdobramentos políticos e institucionais continuaram, aprofundando ainda mais a crise no governo Collor, quando seu irmão, Pedro Collor, resolveu divulgar, também através da revista *Veja*, na segunda edição do mês de abril de 1992, a rede de empresas que PC Farias teria montado no exterior, comprovando seu enriquecimento rápido e ilícito.

Entendo também que esta análise não está esgotada e que não foram levantados todos os elementos lingüísticos que o texto jornalístico permite, em razão das limitações de tempo e espaço que nos impossibilitam o aprofundamento deste trabalho. Porém, creio ter levantado algumas pistas de implicações e subentendidos existentes no discurso jornalístico, permitindo, com isso, futuras reflexões sobre o assunto, tanto por parte dos alunos quanto dos profissionais de comunicação e áreas conexas, sobre a importância da linguagem e a disputa

de poder que acontece na sociedade, tendo como elemento mediador o signo lingüístico.

6 Referências bibliográficas

DUCROT, Oswald. *Princípios de semântica lingüística* (dizer e não dizer). São Paulo, Cultrix, 1977.

DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Campinas, Pontes, 1987.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. Trad. Sírio Possenti, Paris, Callimard, mimeo, 1971.

FRAGA ROCCO, Maria Thereza. *A linguagem autoritária*. São Paulo, Brasiliense, 1989.

LAJE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. 2ª ed. Petrópolis, Vozes, 1982.

MAINGUENAU, Dominique. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas, Pontes, 1989.

OINEGUE, Eduardo. in: "Dossiê explosivo". *Veja*, São Paulo, 11.02.92, ed. 1.222, nº. 8, ano 25, Ed. Abril, p. 24-5.

POLITZER, Georges. BESSE, Guy et alii. *Princípios fundamentais de filosofia*. São Paulo, Hemus, s.d.

POSSENTI, Sírio. *Apresentação da análise do discurso*. S. J. R. Preto - SP, Glotta, 12: 45-59, 1990.

REVISTA IMPRENSA. Ano V, mês 11, nº. 51, in "Caderno de mídia", São Paulo, Feeling Editorial, dez., 1991.

ROSSI, Clóvis. *O que é jornalismo*. 7 ed. São Paulo, Brasiliense, 1986.