
Abre aspas: o discurso direto como processo de edição

André Luiz Silva¹

Resumo: Tendo como *corpora* o último debate político-midiático dos então candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014, bem como sua repercussão – imediatamente após o embate – nos *sites* das três maiores revistas semanais de informação (atualidades) *CartaCapital*, *Época* e *Veja*, neste artigo, busquei perceber o modo como o jornalista/editor construiu seu texto (em cada uma das publicações), sobretudo como utilizou os discursos direto, convocando os candidatos-enunciadores para o texto. A partir da transcrição do debate e da comparação com os textos publicados nas revistas, percebi, inicialmente, uma supervalorização do tempo no processo de edição (quase em regime de cotemporalidade ao acontecimento); em relação ao modo como dito relatado (discurso direto) é usado no texto, posso dizer de uma escolha calcada na polêmica, no deboche, na acusação etc. Embora tenha ocorrido debate de temas como emprego, educação, agricultura, entre outros, a ênfase foi dada nas três revistas para momentos nos quais houve interferência da plateia (com vaias, aplausos, risos, deboche etc.) e deslizes dos candidatos.

Palavras-Chave: edição; debate; jornalismo; argumentação.

Abstract: With the *corpora* the last political and media debate the then candidates for president, Aécio Neves (PSDB) and Dilma Rousseff (PT), managed and broadcast by *Rede Globo* on October 24, 2014, and its impact – once the clash – the sites of the three major magazines of information (present) *CartaCapital*, *Época* and *Veja*, this paper attempts to understand how the journalist-editor built his text (in each publication), especially as used the direct discourses, calling on candidates-enunciators for text. From the transcript of the debate and the comparison with the texts published in the papers, I realized initially an overvaluation of the time in the editing process (almost “cotemporalidade” regime to the event); in relation to how reported said (direct quote) is used in the text, I can say a grounded choice in controversy in debauchery, in charge etc. Although there was discussion of topics such as employment, education, agriculture, among others, the emphasis was placed on three magazines for times

¹ Doutorando em Estudos de Linguagens pelo Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG). <andre.alvaresesilva@gmail.com>

when there was interference from the audience (with boos, cheers, laughter, mockery etc.) and slips of candidates.

Keywords: edition; discussion; journalism; argumentation.

De acordo com Danzico (2010: n.p.), “[...] os editores têm a responsabilidade de rapidamente filtrar o excesso para decidir o que é importante”. Tal aceção é levada ao extremo no caso dos diversos gêneros jornalísticos, sobretudo naqueles nos quais o deadline² guarda certa cotemporalidade com o acontecimento desencadeador, como é no webjornalismo, com sucessivos fechamentos ao longo do dia.

Nesse espectro, uma questão de suma importância (dentre tantas outras), a meu ver, é entender o modo como se dá a “gestão do dialogismo interno” ou dos “pontos de vista” (Rabatel, 2013) de outros sujeitos mobilizados pelo enunciator-jornalista para fazer seu relato. Outra questão pertinente em relação a isso diz respeito à descontextualização desses pontos de vista, ditos em determinada situação de comunicação, em dadas condições de produção, e transpostos para outras situações discursivas. Maingueneau (2014) dá a isso o nome de “enunciação aforizante”.

É o caso de pensarmos, por exemplo, o uso de determinado “dito relatado” (quando se relata declarações de indivíduos de dimensão pública), em uma situação de debate político (no mínimo, duas pessoas com ideias distintas – de preferência opostas – digladiando-se), em um outro contexto, em um *site* de notícias.

Trata-se de uma problemática complexa para o editor: o que destacar? Por quê? Quando usar discurso direto, indireto ou indireto livre? E, sobretudo: como gerir tudo isso? Tal problemática pode, ao propor uma roteirização

² Termo originário do inglês absorvido pelas redações jornalísticas brasileiras com o mesmo sentido do original americano, isto é, o prazo final para o repórter retornar à emissora com a matéria a tempo de entrar no ar. É usado ainda no prazo de fechamento do jornal: prazo final de entrega das matérias.

narrativa do mundo em detrimento de outras, propor ao sujeito coenunciador um certo modo de ver o mundo, de apreciá-lo (Emediato, 2013). Se isso o é, acredito haver opinião na mídia, seja no impresso, no rádio ou na TV, não apenas nas colunas, nos editoriais – no “acontecimento comentado” de maneira geral –, mas nas reportagens, notas e outros subgêneros do “acontecimento relatado”, sobretudo, se levarmos em conta as vozes evocadas para compor determinado texto.

Dessa forma, neste artigo, proponho as questões: Como se dá o processo de edição de uma notícia veiculada em um portal de notícias instantes após um debate político televisivo transmitido ao vivo, levando em consideração a situação de comunicação, o contexto, a transição de suporte (TV – *web*) etc.? Ainda dentro disso, como esse processo de edição gere os pontos de vista (dialogismo interno) dos debatedores na notícia do portal? O que incluir/excluir? Como incluir (discurso direto, indireto, indireto livre?).

1 - Delimitações teóricas

Os textos jornalísticos, de maneira geral, têm visada³ predominantemente informativa, cujo propósito, portanto, é fazer-saber. Todavia, há ainda nesses tipos textuais outras intencionalidades subjacentes, para chamar a atenção do leitor, para prosseguir com a leitura da notícia ou matéria, ou ainda para fazê-lo ver os fatos e os ditos relatados a partir de uma determinada perspectiva ou enquadramento (Emediato, 2013), de forma a crer nas mensagens jornalísticas como evidências. Mas a informação midiática não se limita apenas em retratar o acontecimento no mundo, ela se coloca a serviço da investigação de suas causas e possíveis desdobramentos. Segundo Emediato

³ Corresponde à cointencionalidade dos sujeitos durante o ato de comunicação. “Cada situação de comunicação seleciona, para definir sua finalidade, uma ou várias visadas dentre as quais geralmente uma (às vezes duas) é dominante.” (Charaudeau, 2004: n.p.).

(2010: 79), “[...] a informação midiática problematiza os acontecimentos, levanta hipóteses, desenvolve teses, apresenta (ou não) provas, impõe ou orienta conclusões, conferindo ao acontecimento um valor simbólico”. Para o autor, dessa maneira, o discurso jornalístico de informação evoca representações implícitas e agencia enunciações diversas capazes de lhe atribuir um direcionamento argumentativo ou, segundo Amossy (2007), uma dimensão argumentativa.

Para Amossy, em seus estudos sobre a argumentação, todo discurso tem como tendência orientar as maneiras de ver do interlocutor, implicando uma relação de influência entre os sujeitos de um ato comunicativo. Contudo, essa influência do outro não significa levá-lo a aderir ou aprovar uma tese. A partir da distinção entre intenção de influência e estratégia de persuasão programada, a autora lança mão do conceito de dimensão argumentativa, para dar conta dos vários discursos ausentes de uma visada persuasiva evidente, mas com a pretensão de agir sobre as crenças do outro e orientar sua maneira de ver o mundo, como ocorre no discurso jornalístico de informação.

Nesse sentido, em consonância com os estudos de Amossy (2007: 122), acredito haver uma argumentação ou, nas palavras da autora, uma dimensão argumentativa no discurso de informação midiático, embora, hipoteticamente, sua finalidade seja fazer-saber. “[...] por sua natureza dialógica, o discurso comporta como qualidade intrínseca a capacidade de agir sobre o outro, de influenciá-lo”. Ademais, acredito ser na heterogeneidade mostrada, sobretudo na “marcada” (discurso direto), onde se manifesta essa dimensão argumentativa.

Proponho um percurso por algumas noções para fazer entender meu raciocínio sobre a relação entre dimensão argumentativa e heterogeneidade e, conseqüentemente, composição textual (edição) e o uso da fala do outro, tomando como partida uma perspectiva-chave para Bakhtin, o dialogismo.

O dialogismo, noção proposta por Bakhtin se organiza em três dimensões: (1) todos os enunciados são constituídos a partir de outros; (2) o locutor mostra, aberta ou veladamente, a(s) outra(s) voz(es) do discurso; (3) o indivíduo está assujeitado às vozes sociais e, dessa forma, seu enunciado não é fruto de uma consciência própria; no entanto, a forma como adere a essas vozes sociais é estritamente singular (social x individual) (Fiorin, 2006). Especialmente a segunda dimensão é determinante para este artigo.

Como composição, o dialogismo foi mais bem desenvolvido em um momento posterior a Bakhtin, por Jacqueline Authier-Revuz (1982). A autora tratou da questão como uma problemática da heterogeneidade enunciativa, podendo ser mostrada ou constitutiva. A primeira tem a ver com a presença perceptível de um discurso no fio de outro. Divide-se em “marcada”, quando as evidências textuais são explícitas (citação, discurso direto ou indireto, marcações gráficas, comentários etc.); e “não marcada”, quando o discurso anterior não é tão nítido, mas pode-se recuperá-lo por meio da competência discursiva (presente em ironias, pastiches, alusões, discursos indiretos livres etc.). A heterogeneidade constitutiva, por sua vez, ocorre quando o discurso é dominado pelo interdiscurso. Nela, percebemos a presença de outros discursos de instituições sociais diversas co-habitando um mesmo plano discursivo.

No jornalismo, a heterogeneidade mostrada, sobretudo a “marcada” (discurso direto), é a principal maneira de a instância de produção dar voz ao outro. Dessa forma, nas reportagens, por exemplo, percebe-se um amálgama de vozes dos atores discursivos, os quais Ducrot (1987: 182) bem dividiu em locutor e enunciadador. “Por locutor entende-se um ser [...] no enunciado é apresentado como seu responsável”, mas este não assume qualquer responsabilidade sobre os pontos de vista ali presentes. Em certa medida, o locutor se difere do autor empírico, isto é, o ser no mundo. Já os enunciadores são figuras cujas vozes estão na enunciação, embora não haja palavras deles precisamente marcadas no discurso, “[...] mas a enunciação permite expressar seu ponto de vista” (Maingueneau, 1997: 77).

No caso do jornalismo (seja TV, impresso, rádio, *web*), então, o locutor-jornalista atua como um orquestrador, lançando mão da voz do outro para compor seu discurso.

[...] o locutor está em toda parte, através da encenação dos enunciadores, e em parte alguma, por sua própria conta, tanto a relação do locutor com o enunciador é frouxo sob o ângulo dos mecanismos de *prise en charge*. [...] o locutor escolhe falar através de simulacros “[...] brincar de esconde-esconde com suas opiniões, de ocultá-las, de desaparecer, de assumir uma posição menor ou em contraponto, em seguida de se reapropriar de modo mais ou menos violento de um lugar enunciativo dominante” [...]. (Rabatel, 2013: 40).

Segundo Emediato (2013: 70), esse modo de atuar do jornalismo tem gerado uma planificação sobre a heterogeneidade de vozes e uma “estratégia de apagamento enunciativo da voz do jornal”. “Portanto, o que caracteriza a imprensa de referência atual não é, de fato, a ausência ou presença de opinião, mas a forma como é realizada a gestão das vozes e dos pontos de vista na perspectivização dos fatos [...]”.

Retomando o problema da heterogeneidade enunciativa como instrumento de opinião nos *media*, um conceito vai contribuir para entender essa emersão do outro no discurso de informação midiático, a aforização. A aforização, para Maingueneau (2014: 27, grifo do autor), diz respeito ao destacamento de um enunciado menor parte de um enunciado maior, de um dito relatado. “O enunciado destacado não é mais um fragmento do texto, ele tem a ver com um regime de enunciação específico [...] chamaremos de *aforização*”.

2 - Análise

Para fins de análise, tomo como *corpora* o último debate político-midiático dos então candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014, bem como sua repercussão – imediatamente após o embate – nos *sites*

das três maiores revistas semanais de informação (atualidades) em circulação no país, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC): *CartaCapital*, *Época* e *Veja*⁴. A partir da gravação do debate, transcrevi as falas dos candidatos e as comparei com as respectivas notícias publicadas nos *sites* de *CartaCapital*, *Época* e *Veja*, de modo a perceber o modo como o jornalista/editor construiu seu discurso (em cada uma das publicações), sobretudo como utilizou os discursos direto, convocando os candidatos-enunciadores para o texto.

O debate político-midiático gerido e exibido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014 durou cerca de 120 minutos (sem contar o tempo de intervalo comercial), sendo dividido em quatro blocos, com duração média de 30 minutos. Nos primeiro e terceiro blocos, cada um dos candidatos – Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) – fazia pergunta ao adversário; já nos segundo e quarto blocos, um eleitor⁵ lia uma pergunta a um dos candidatos, não havendo confronto direto entre Aécio e Dilma. Devido a isso, optamos por selecionar trechos das notícias publicadas nos *sites* de *Veja*, *Época*, *CartaCapital* referentes aos primeiro e terceiros blocos, de embate entre os candidatos. A dinâmica desses blocos foi de 0min30 para pergunta, 1min30 para resposta, 0min50 para réplica e 0min50 para tréplica.

2.1 - CartaCapital

Publicado à 00h51, do dia 25, o texto da revista *CartaCapital* para o último debate político-midiático entre os candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo* no

⁴ A revista de informação (atualidades) *IstoÉ* não foi utilizada nesta pesquisa (embora tenha a terceira maior circulação, à frente da *CartaCapital*), pois, em seu site (www.istoec.com.br/capa), não houve uma matéria específica imediatamente após o debate político-midiático realizado pela *Rede Globo*.

⁵ A plateia do debate era composta por cerca de setenta eleitores indecisos selecionados pela *Rede Globo*.

dia 24 de outubro de 2014, foi “No último debate, Dilma e Aécio repetem estratégias”. Inicialmente, percebo a inexistência do autor empírico; a *CartaCapital* optou por suprimi-lo do texto, atribuindo a matéria à instância de produção midiática de maneira genérica, “por Redação”.

O primeiro bloco, no entanto, destoou do restante do encontro. Ao citar denúncia trazida pela revista *Veja* e comentários negativos da revista *Istoé*, Aécio perguntou a Dilma se ela e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva sabiam de esquemas de corrupção na Petrobras. Dilma criticou as publicações e acusou as revistas de manipulação. “*Essa revista que fez e faz sistematicamente oposição a mim faz uma calúnia e difamação do porte que ela fez hoje, e o senhor endossa?. A revista Veja não apresenta nenhuma prova e tem o hábito de na reta final tentar dar golpe eleitoral. E isso não é a primeira vez: também fez isso em 2002, 2006, 2010 e agora em 2014*”, disse. (*CartaCapital*, 2014, grifo meu).

Como observei na revista *Época*, o caráter de empresa de *CartaCapital* se faz presente logo no início do texto de onze parágrafos. De imediato, o jornalista-editor optou por dar ênfase à defesa da candidata Dilma Rousseff em relação às acusações da revista *Veja*. A *CartaCapital* menciona o nome de *Veja* como discurso direto da petista. Ademais, estende a resposta de Dilma acerca de outros momentos nos quais a *Veja* teria tentado “dar golpe eleitoral”.

Outro tema polêmico foi sobre a construção do Porto de Mariel, em Cuba, com financiamento do BNDES. “Sabemos da absoluta carência de infraestrutura do País. Seu governo optou por financiar a construção do porto em Cuba, gastando bilhões, enquanto nossos portos estão aguardando investimento”, criticou Aécio. “Conseguí um documento hoje que afirma que esse tipo de empréstimo normalmente leva dez anos. Esse levou mais de vinte. É justo com o dinheiro brasileiro fazer negócios com um governo que não respeita nem a democracia?”. (*CartaCapital*, 2014, grifos meus).

Dos trechos selecionados como *corpora* de análise, o anterior, talvez, seja o mais problemático em relação à fidelidade do dito relatado. A fim de comparar as incongruências publicadas e o discurso direto de ambos os candidatos, reproduzo, abaixo, a transcrição desse momento do debate político-midiático.

Aécio Neves: Candidata, nós sabemos da absoluta carência em infraestrutura no Brasil por todas as partes... Falta tudo... Hidrovias,

rodovias, faltam portos. O seu governo optou por financiar a construção de um porto em Cuba, gastando dois bilhões de reais do governo brasileiro... Em dinheiro do trabalhador brasileiro. Enquanto os nossos portos estão aí aguardando investimentos. [...]

Recebi um documento hoje, estou solicitando que seja enviado à Procuradoria-Geral da República para que faça a investigação em um documento do Ministério do Desenvolvimento Econômico que diz que o financiamento pra Cuba, diferente do financiamento para outros países, onde prazo normal para pagamento é de doze anos, foi de 25 anos... E o mais grave, candidata... Todos esses financiamentos... E a solicitação do governo brasileiro e do grupo técnico era de que as garantias fossem dadas numa moeda forte, geralmente euro ou dólar, em um banco internacional de credibilidade. O governo brasileiro aceitou que essas garantias fossem dadas em pesos cubanos, num banco na Ilha de Cuba. É justo com o dinheiro brasileiro fazer favores a um país amigo que não respeita sequer a democracia, candidata. (transcrição do autor).

Supressões e pequenos acréscimos, com parcimônia, a meu ver, são justificáveis por parte do jornalista-editor, visando dar maior coesão ou mesmo condensar o raciocínio. Nesse caso, todavia, certas ideias estão truncadas ou omitidas; é o caso, por exemplo, do valor exato do empréstimo (dois bilhões) e o tempo para pagamento, entendido do modo com está em *CartaCapital* como o período para a ocorrência do empréstimo à Ilha.

No terceiro bloco, Dilma confrontou a gestão do governo de Geraldo Alckmin (PSDB) em São Paulo e perguntou se a crise da falta de água não é uma questão de falta de planejamento. “*Houve e, segundo o TCU, no seu governo. O governo de São Paulo, diferente do governo federal, fez o que estava nas suas mãos*”, rebateu Aécio. “*A população de São Paulo decidiu quem estava com a razão. Infelizmente, não tivemos a parceria com a ANA (Agência Nacional de Águas). Esse aparelhamento da máquina pública é a face mais perversa do seu governo e do governo anterior. As pessoas colocadas ali não foram por qualificação, mas por indicação*”. Dilma reiterou a má gestão do governo tucano em São Paulo e lembrou que água é responsabilidade do estado. “*Não planejar no maior estado do Brasil é gravíssimo. O senhor vai me desculpar, mas eu vou concordar com o humorista José Simão. Vocês estão levando o estado para ter o programa Meu Banho, Minha Vida*”, disse a presidenta, arrancando risos e vaias da plateia. (*CartaCapital*, 2014, grifos meus).

Por fim, com o trecho anterior, resalto a redução do debate ao deboche da candidata Dilma Rousseff ao se referir ao texto do humorista José Simão

para a falta de água em São Paulo. O jornalista-editor, ao selecionar este trecho para compor sua matéria, creio, buscou dar um direcionamento argumentativo no sentido de “cozombar” (zombar com) o enunciador convocado, no caso a petista.

2.2 - *Época*

“Síntese do segundo turno, debate da Globo tem menos marketing e mais densidade” foi o título do texto da revista *Época* para o último debate político-midiático entre os candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014, publicado no *site* da revista à 00h53 do dia 25 de outubro. Diferentemente da *CartaCapital*, a revista *Época* optou por dar a conhecer o autor empírico do texto, Alberto Bombig.

Das três matérias *corpora* analisadas neste artigo, a da revista *Época* foi a “última” a ser publicada, sendo a de maior conteúdo, catorze parágrafos. Não obstante o título suscite o termo “densidade”, percebo um texto construído pelo jornalista-editor baseado no “denuncismo” de ambos os candidatos, sem um aprofundamento (pelo menos em relação aos ditos relatos usados para compor a notícia).

Os candidatos perguntaram diretamente um ao outro. Logo de início, Aécio aproveitou suas falas para acusar Dilma de fazer uma campanha de baixo nível contra ele e questioná-la sobre o escândalo da Petrobras: *"Essa campanha vai passar para a história como a mais sórdida já vista. Uma revista denuncia hoje que a senhora tinha conhecimento sobre a corrupção na Petrobras. É a oportunidade de a senhora responder à população". "Essa revista faz calúnia e difamação, e você endossa com a sua pergunta. Eu mostro a minha inteira indignação. Tenta dar um golpe eleitoral, e não é a primeira vez que isso acontece. O povo não é bobo. O povo sabe que está sendo manipulado, pois não há nenhuma prova. Eu acionarei a Justiça e tenho certeza que o povo brasileiro vai mostrar a sua indignação no domingo"*, respondeu a presidente. (Bombig, 2014, grifos meus).

O trecho acima repercute as acusações do candidato Aécio Neves em relação à ciência de Dilma Rousseff sobre a corrupção na Petrobras. Apesar de não citar diretamente o nome da revista concorrente (*Veja*), o jornalista-editor Bombig se apoia – dentro de uma hipótese de dimensão argumentativa – na fala da candidata do PT para desqualificar a publicação concorrente como caluniosos, manipuladora etc. Nesse sentido, ela mostra sua face de empresa pertencente a um ramo de negócio.

A troca de acusações em relação ao nível das campanhas prosseguiu. "Hoje (24), no comitê do seu partido, foram encontrados boletins apócrifos sobre a minha pessoa. A senhora acredita que esta seja a melhor forma de fazer campanha?", questionou Aécio. Dilma respondeu acusando duas publicações: "Eu fico muito estarecida com o senhor porque na minha vida política e pública jamais persegui jornalista e reprimi a imprensa. Tenho respeito, pois vivi os tempos escuros deste país. O senhor cita duas revistas (*Isto É* e *Veja*) que sabemos para quem fazem campanha". (BOMBIG, 2014, grifos meus).

No excerto anterior, Bombig mais uma vez ressalta o caráter de empresa idônea de *Época* ao citar *Veja* e *IstoÉ* por meio do dito relado (discurso direto) de Dilma Rousseff ("se a *Época* não foi citada é por conta de sua retidão no trato com a notícia, diferentemente das principais concorrentes). Outra questão recorrente no trecho é a redução do debate à troca de acusações entre os candidatos.

Voltaram os enfrentamentos diretos entre os candidatos, que trouxeram para o centro do debate a grave crise hídrica de São Paulo, Estado governado pelo PSDB desde 1995. "*O que o senhor acha da falta de água em São Paulo, foi problema de planejamento?*", questionou Dilma. "*O governo de São Paulo fez o que estava ao seu alcance, e o povo decidiu nas urnas quem estava com a razão. Infelizmente, não tivemos a parceria da ANA. Por que será que a Agência Nacional de Águas não estava planejando? Na ANA não foram colocadas pessoas por sua qualificação, mas por sua indicação*", respondeu Aécio. (Bombig, 2014).

O último trecho por mim extraído de *Época* para o debate político-midiático entre os então candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo*, tenta

influenciar a maneira de ver do leitor em relação à falta de água em São Paulo. Se Dilma atribui o problema à falta de planejamento do estado, Aécio se defende e culpa a agência reguladora do governo federal. Dessa forma, percebo uma tentativa de Bombig em dividir a culpa entre as duas esferas de poder, estadual e federal.

2.3 - Veja

O texto da revista *Veja* para o último debate político-midiático entre os candidatos à Presidência da República, Aécio Neves (PSDB) e Dilma Rousseff (PT), gerido e exibido pela *Rede Globo* no dia 24 de outubro de 2014, teve como título “Corrupção domina último debate entre Dilma e Aécio na TV”, publicado às 23h57, do mesmo dia. Como a revista *CartaCapital* e diferente da *Época*, a *Veja* optou por suprimir o autor empírico do texto, atribuindo a matéria ao locutor do texto, instância abstrata.

Como o jornalista/editor da *Veja* optou por publicar no *site* da revista a notícia repercutindo o debate (acontecimento relatado) quase em concomitância com o término do próprio debate (talvez visando saciar leitores ávidos por informações pós-embate), o texto contou com sete parágrafos, o menor do nosso *corpora*. Conseqüentemente, houve pouco uso do discurso direto, sendo quatro menores para o primeiro bloco e três menores para o terceiro.

O bloco inicial teve ainda embates sobre o investimento de 2 bilhões de reais do governo brasileiro na construção de um porto em Cuba e a volta da inflação. Além do choque de números, Dilma apostou em críticas às administrações tucanas e chamou Aécio de “líder do presidente Fernando Henrique Cardoso”. O tucano devolveu: “Eu era líder do PSDB”. Fora do microfone, Dilma disse: “Não tem importância”. Foi quando Aécio cutucou: “Para quem não conhece o Congresso Nacional...”. A claqué entrou em ação: gargalhadas, aplausos e vaias. (*Veja*, 2014, grifos meus).

De todo o primeiro bloco do debate, o jornalista-editor da *Veja*, na notícia, ressalta um desentendimento ocorrido entre os adversários políticos em um dado momento; na verdade, uma “correção” conceitual de Aécio Neves

sobre sua posição política quando do governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). Do modo como está posto na notícia, uma compreensão viável é de despreparo da candidata do PT; “se não sabe a dinâmica do Congresso, como vai governar o país?”, podendo ser uma forma de a *Veja* orientar a maneira de ver do leitor nesse sentido.

Vale ressaltar, ainda em relação ao trecho anterior, um problema recorrente quando se trata de discurso direto (uso de aspas). Seu uso marca não apenas a voz do outro em um dado texto, mas a voz do outro do modo como seu deu, *ipsis litteris*. Ao fazer a transcrição, percebi uma mudança na fala da candidata Dilma Rousseff de “Dá no mesmo” para “Não tem importância”. Embora seja viável tal aproximação, “Não tem importância” aí pode suscitar a falta de interesse da candidata no funcionamento da Casa ou a indiferença em relação à opinião do seu adversário (“Sua opinião em relação a isso não tem importância para mim”).

O terceiro bloco voltou ao formato de confronto aberto entre os dois. O modelo era outro, mas o tema que causou faíscas foi o mesmo. Aécio questionou Dilma: “Qual a opinião da senhora, da cidadã Dilma sobre o mensalão?”. A petista cobrou dele explicações sobre o “mensalão mineiro” e citou denúncias envolvendo administrações tucanas. Rodeou, mas não respondeu. Por sua vez, Dilma tentou alfinetar o tucano com a crise hídrica em São Paulo, afirmando que houve falta de planejamento do governo Geraldo Alckmin (PSDB): “Não planejar no estado mais rico do país é uma vergonha”. (*Veja*, 2014, grifos meus).

No trecho anterior, uma provável orientação argumentativa do jornalista-editor da *Veja* está no modo como aponta erros de administração em ambos os candidatos e, conseqüentemente, seus partidos. Se o PT de Dilma errou no esquema de corrupção chamado de “Mensalão”, o PSDB de Aécio falhou em não planejar alternativas para a falta d’água.

3 - Respostas, réplicas e trélicas

A partir da breve análise aqui proposta, o processo de edição, como pude observar, de uma notícia veiculada nos *sites* de três diferentes revistas (*CartaCapital*, *Época* e *Veja*) instantes após um debate político-midiático transmitido ao vivo leva em consideração, ademais da situação de comunicação e do contexto (debate televisivo para notícia na *web*, dois adversários com ideias diferentes debatendo mediados por um jornalista, questionados por eleitores indecisos e sendo assistidos por uma massa eleitoral), sobretudo, o tempo de publicação (quase em regime de cotemporalidade ao acontecimento)⁶.

Em relação ao modo como se dá o processo de edição do debate para notícia por parte do jornalista-editor, considerando como ele gera os pontos de vista (dialogismo interno) e, dentro disso, o discurso direto, com base nesta pesquisa, posso dizer de uma escolha dito relatado calcada na polêmica, no deboche, na acusação etc. Embora tenha ocorrido debate de temas como emprego, educação, agricultura, infraestrutura, habitação, inflação, saúde, entre outros, vale ressaltar a ênfase dada nas três revistas (*CartaCapital*, *Época* e *Veja*) para momentos nos quais houve interferência da plateia (com vaias, aplausos, risos, deboche etc.) e deslizes dos candidatos.

A escolha por um discurso direto expando uma suposta ignorância da candidata Dilma Rousseff em relação à dinâmica do Congresso (*Veja*) ou uma piada de um colunista acerca do desabastecimento de água em São Paulo (*CartaCapital*) exemplifica a postura do jornalista-editor (e, é claro, da revista) sobre a relevância disso ou daquilo. Nesse sentido, se os textos jornalísticos têm, em princípio, uma visada predominantemente informativa (de fazer-saber o leitor/espectador/ouvinte), nesse caso, o fazer-sentir (*pathos*) – manifesto, por

⁶ Fazendo a devida justiça à práxis da edição nesse contexto, vale ressaltar o excerto de Danzico (2010) reproduzido no início deste artigo a respeito da responsabilidade de o (jornalista-)editor decidir, rapidamente, o que é ou não é importante. Nesse sentido, ressalto mais uma vez: a publicação dos três textos se deu cerca de uma hora após o término da exibição do debate, reforçando o caráter de “agoridade” do acontecimento.

exemplo, pelo “erro” ou pelo deboche – parece ser mais relevante de ser divulgado, e não o confronto de ideias e propostas, ou seja, a razão de ser de um debate de indivíduos com ideias diferentes.

Tal posicionamento é reforçado pela ideia de aforização ou destacamento proposto por Maingueneau (2014). Segundo o autor, os profissionais da comunicação contemporânea são especialistas em operar o destacamento, isto é, recortar fragmentos de um texto-fonte maior e dar ênfase a eles, é o caso de “Líder do presidente Fernando Henrique Cardoso” (VEJA, 2014), “O povo não é bobo” (Bombig, 2014), “Meu Banho, Minha Vida” (CartaCapital, 2014). Os atores da vida pública, ainda segundo Maingueneau (2014), cada vez mais estão cientes dessa operação de destacamento dos *media* e, por isso, têm buscado sobreasseverar trechos dos seus discursos, ou seja, colocar certos enunciados em posições salientes, de modo a torná-los destacáveis a seu gosto.

Por fim, como sequência deste artigo, proponho uma análise nos mesmos moldes (de analisar o produto da edição de uma notícia em situações de comunicação e contextos diferentes), mas, ademais de analisar o produto (texto-fonte e texto editado), acompanhar a práxis com todas suas variáveis (tempo, condições materiais, restrições etc.), aliando, dessa forma, produto e processo de edição.

Referências

- AMOSSY, Ruth. O lugar da argumentação na análise do discurso: abordagens e desafios contemporâneos. Tradução de Adriana Zavaglia. *Revista Filologia e Língua Portuguesa*, São Paulo, n. 9, p. 121-146, 2007. Disponível em: <<http://goo.gl/BgkrFw>>. Acesso em: 10 jan. 2015.
- AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneité montréalaise et heterogeneité constitutive: elements pour une approche de l'autre dans le discours. *DRLAV – Revue de Linguistique*, Paris, v. 26, 1982, p. 91-151.
- BAKHTIN, Mikhail. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006.
- CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, Ida Lucia; MELLO, Renato de (Org.). *Gêneros*

-
- reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/UFMG, 2004. p. 32-51.
- DANZICO, Liz. *The art of editing: the new old skills for a curated life*. Kung Fu Grippe, 28 abr. 2010.
- DUCROT, Oswald. *O dizer e o dito*. Tradução Eduardo Guimarães. Campinas: Pontes, 1987.
- EMEDIATO, Wander. A argumentação na mídia: problematidade e avaliação ética. In: MACHADO, Ida Lúcia; MELLO, Renato de. (Org.). *Análises do discurso hoje*. V. 3. Rio de Janeiro: Nova Fronteira/Lucerna, 2010. p. 70-98.
- _____. A construção da opinião na mídia: argumentação e dimensão argumentativa. In: EMEDIATO, Wander. (Org.). *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso, 2013. p. 69-103.
- FIORIN, José Luiz. *Introdução ao pensamento de Bakhtin*. São Paulo: Ática, 2006. p. 18-59.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Novas tendências em Análise do Discurso*. Tradução Freda Indursky. Campinas: Pontes, 1997.
- _____. *Frases sem texto*. Tradução Sírio Possenti et. al. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.
- RABATEL, Alain. O papel do enunciador na construção interacionais dos pontos de vista. Tradução Wander Emediato. In: EMEDIATO, Wander. (Org.). *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso, 2013. p. 19-61.