



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - REGIONAL CATALÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA LINGUAGEM
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: LINGUAGEM, CULTURA E IDENTIDADE

FÁBIO MÁRCIO GAIO DE SOUZA

**DISCURSOS DA MÍDIA JORNALÍSTICA SOBRE A UNIVERSIDADE: A
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS EM FOCO**

CATALÃO (GO)

2015

FÁBIO MÁRCIO GAIO DE SOUZA

**DISCURSOS DA MÍDIA JORNALÍSTICA SOBRE A UNIVERSIDADE: A
UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS EM FOCO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – nível de mestrado – da Universidade Federal de Goiás, Regional Catalão, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Linguagem.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Grenissa Bonvino Stafuzza.

Linha de Pesquisa: Texto e Discurso

CATALÃO (GO)

2015

Fábio Márcio Gaio de Souza

“DISCURSOS DA MÍDIA JORNALÍSTICA SOBRE A
UNIVERSIDADE: A Universidade Federal de Goiás em foco”

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Estudos da Linguagem, da Universidade Federal de Goiás – Campus Catalão, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Estudos da Linguagem, área de concentração: Linguagem, Cultura e Identidade.

Aprovado em **27 de março de 2015**.

BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Dr.ª Grenissa Bonvino Stafuzza
Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão



Prof.ª Dr.ª Erislane Rodrigues Ribeiro
Universidade Federal de Goiás – Regional Catalão



Prof. Dr. Marcelo Marques Araújo
Universidade Federal de Uberlândia - UFU

Ficha catalográfica elaborada automaticamente
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob orientação do Sibi/UFG.

Souza, Fabio Marcio Gaio de
Discursos da mídia jornalística sobre a universidade: a Universidade
Federal de Goiás em foco [manuscrito] / Fabio Marcio Gaio de
Souza. - 2015.
CCXXVIII, 228 f.: il.

Orientador: Prof. Grenissa Bonvino Satisfuzza .
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Regional
Catalão , Catalão, Programa de Pós-Graduação em Estudos da
Linguagem, Catalão, 2015.
Bibliografia. Anexos.
Inclui siglas.

1. Análise do Discurso. 2. Comunicação. 3. Mídia. 4. Universidade. I. ,
Grenissa Bonvino Satisfuzza, orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo sustento, pela direção e pelo refúgio. Por ser meu amigo e por estar comigo, me fortalecendo durante a jornada.

A orientadora, professora Grenissa Bonvino Stafuzza, por me apresentar e me conduzir de forma segura pelos caminhos do discurso. Por suas orientações, palavras de estímulo e pela amizade em meu percurso dissertativo. Sem dúvida, para mim, o que fica é a gratidão e referência, sempre.

Ao professor Marcelo Marques de Araújo, jornalista, como eu, apaixonado pelo jornalismo. Por suas contribuições e sugestões no processo de qualificação, pela amizade, por sua visão discursiva e jornalística. Por sua humildade, competência, conhecimento e parceria.

A professora Erislane Rodrigues Ribeiro, pelas contribuições na qualificação e no estágio de docência. Por seu olhar discursivo, minucioso e atento, voltado para o relatório de qualificação. Por ser também responsável por me conduzir durante minha jornada discursiva de forma competente e segura.

A minha melhor parte, minha esposa Juliana, companheira, parceira e incentivadora. Por sua compreensão, por seu cuidado e por seu amor. Por acreditar em mim, pelo fato de me fazer feliz e pelo privilégio de me permitir viver com ela.

A meu filho Gabriel, minha alegria, meu amigo, meu estímulo. Por entender na simplicidade de criança a importância dos estudos e do crescimento.

A minha família, aos meus pais, Maria e Jorge e aos meus irmãos. Pelo apoio, pelo amor, pelo carinho e por minha formação enquanto ser humano.

Ao GEDIS – Grupo de Estudos Discursivos, da Regional Catalão da Universidade Federal de Goiás, lugar onde conheci a Análise do Discurso, lugar que me acolheu, me orientou e inquietou. Nossos encontros, aprendizado e troca de experiências foram fundamentais para a realização desse trabalho.

Aos companheiros e amigos do mestrado em especial aos da linha de pesquisa Texto e Discurso. A Rozely e Mary, parceiras de alegrias, angústias e desabafos. A Robson, Helen, Ana Carla, Loraine, Raquel e Adriana. Viagens para eventos, discussões teóricas, fortalecimento... marcas deixadas por cada um em minha formação.

Ao amigo e companheiro de trabalho Francisco, que me acompanhou em parte da minha trajetória. Por tomar conta da Assessoria de Comunicação durante o período em que estive afastado de minhas atividades no trabalho.

A UFG, que permitiu me licenciar das atividades como jornalista na Regional Catalão, o que possibilitou durante alguns meses mais tempo para a construção dessa dissertação.

A Wannisy e Raquel, dedicadas, atenciosas e solícitas funcionárias da secretaria do mestrado. Pelo bate-papo, pela ajuda, pelas orientações.

A FAPEG, Fundação de Apoio a Pesquisa de Goiás, pela concessão de bolsa durante parte do mestrado, que me possibilitou a aquisição de materiais de estudos e participação em eventos.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Fonte: O POPULAR, 28 de abril de 2011.

Imagem 2 - Fonte: JORNAL UFG, maio de 2011, p. 4-5.

Imagem 3 - Fonte: O POPULAR, 21 de maio de 2012.

Imagem 4 - Fonte: JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2012.

Imagem 5 - Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013a.

Imagem 6 - Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013b.

Imagem 7 - Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013c.

Imagem 8 - Fonte: JORNAL UFG, julho de 2013a.

Imagem 9 - Fonte: JORNAL UFG, julho de 2013b.

Imagem 10 - Fonte: JORNAL UFG, julho de 2013c.

LISTA DE SIGLAS

- AAD-69 – Análise Automática do Discurso
- AD – Análise do Discurso
- ADF – Análise do Discurso Francesa
- AD-1 – Primeira Fase da Análise do Discurso
- AD-2 – Segunda Fase da Análise do Discurso
- AD-3 – Terceira Fase da Análise do Discurso
- AE – Aparelhos de Estado
- AIE – Aparelhos Ideológicos do Estado
- ARE- Aparelhos Repressivos do Estado
- CP – Condições de Produção
- FD – Formação Discursiva
- FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas
- FI – Formação Ideológica
- GO – Goiás
- UFG – Universidade Federal de Goiás

SUMÁRIO

Introdução.....	11
<i>i) Motivação da pesquisa.....</i>	<i>11</i>
<i>ii) Breve relato sobre a UFG: aspectos institucionais e de comunicação</i>	<i>13</i>
<i>iii) Análise do Discurso e Comunicação</i>	<i>16</i>
Capítulo 1 – O DISCURSO MIDIÁTICO: ENTRE O INSTITUCIONAL E O COMERCIAL	
1.1 O jornal enquanto materialidade discursiva	20
1.2 <i>Jornal UFG</i>	<i>24</i>
1.3 <i>Jornal O Popular</i>	<i>25</i>
1.4 Para pensar os discursos midiáticos comercial e institucional	27
Capítulo 2 – O DISCURSO E AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E DO JORNALISMO	
2.1 A notícia	30
2.1.1 Gêneros jornalísticos.....	30
2.1.2 Noticiar.....	38
2.2 O jornalismo como acontecimento discursivo	46
2.2.1 O jornalismo	46
2.2.2 Acontecimento discursivo e jornalismo	52
2.3 Seleção, edição, apresentação das notícias pelo viés ideológico	56
2.3.1 Aspectos técnicos	56
2.3.2 Técnica e ideologia	62
2.4 Prestação de Contas	66
2.4.1 A comunicação pública	66
2.4.2 Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia	70
Capítulo 3 – ANÁLISES DE DISCURSOS SOBRE A UNIVERSIDADE	
3.1 Condições de produção dos dizeres midiáticos produzidos na universidade	75
3.1.2 Sociedade, universidade e seus segmentos	75
3.1.2 Condições de produção	78
3.1.3 Dizeres midiáticos e condições de produção	81
3.1.4 Análise das condições de produção do discurso midiático sobre a UFG	90

3.2 A heterogeneidade dos discursos e dos sujeitos na mídia discursiva	98
3.2.1 Heterogeneidade e dialogismo	98
3.2.2 Heterogeneidades enunciativas	102
3.2.3 Heterogeneidades no discurso da mídia sobre a universidade	104
3.3 Construção dos sentidos nas mídias em análise	115
3.3.1 A questão dos sentidos em Pêcheux	115
3.3.2 Contribuições do Círculo de Bakhtin para pensar os sentidos	120
3.3.3 Sentidos e mídia	125
3.4 Pensamento ideológico dos sujeitos e discursos no discurso midiático	143
3.4.1 Pensamento ideológico em Pêcheux	143
3.4.2 Pensamento ideológico em Bakhtin	149
3.4.3 A ideologia presente nos sujeitos e discursos	151
3.4.4 Reflexões e análises sobre a ideologia no discurso midiático	153
3.5 Jornal: o verbo-visual	162
3.5.1 Considerações sobre imagem e jornalismo	162
3.5.2 Discurso e verbo-visual	166
3.5.3 Verbo-visual em análise	171
Considerações Finais	189
Referências bibliográficas	193
Referências bibliográficas do <i>corpus</i>	199
Anexos	201

RESUMO

Este trabalho surge da necessidade de se refletir sobre a articulação entre mídia jornalística e universidade em uma perspectiva discursiva. Com isso, pretendemos pensar algumas questões acerca dos discursos publicados nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG* sobre a Universidade Federal de Goiás. Escolhemos dessa forma, quatro assuntos, no período de 2010 a 2013 que foram publicados por ambos os jornais. São eles, respectivamente: o cinquentenário da UFG, o Espaço das Profissões, as obras e o crescimento da UFG e as manifestações estudantis. Pretendemos, em um olhar discursivo, tendo em vista os assuntos escolhidos, pensar no posicionamento dos sujeitos, na ideologia que constitui sujeitos e discursos, nos sentidos construídos discursivamente, na heterogeneidade discursiva e na verbo-visualidade. Nossa reflexão parte de um diálogo entre as teorias da comunicação e do jornalismo com a Análise do Discurso de tradição francesa, onde buscamos pensar a mídia jornalística não somente do ponto de vista de técnicas de redação jornalística ou como responsável por informar a sociedade, mas, também, como local de construção e circulação de discursos, onde não há espaço para neutralidade e onde os sujeitos se movem nas relações discursivas. E se falamos em discurso, tratamos de algo dinâmico, vivo, opaco, em sua relação com o contexto ideológico, histórico e social. Nessa perspectiva, haverá sempre a possibilidade de construção de outros discursos e sentidos a partir do que é dito ou não dito pela mídia jornalística sobre a UFG. O que nos move é a reflexão sobre o discurso comercial e institucional da mídia jornalística com suas aproximações e distanciamentos, a relação discursiva que se dá entre mídia e universidade e a percepção de discursos e sujeitos diversos, que constituem os discursos da mídia sobre a universidade. Tendo em vista as características e a vinculação institucional, os discursos que constituem e atravessam cada um dos jornais, os aspectos ideológicos, os sujeitos mobilizados ou não e a forma como são mobilizados em cada um dos jornais, entendemos que a universidade é vista de diferentes formas pela mídia e pelos sujeitos. O que temos, portanto, são sentidos, discursos e sujeitos diversos, tendo em vista posicionamentos, vínculos institucionais e discursos que permeiam o discurso da mídia jornalística sobre a UFG.

Palavras-chave: Análise do Discurso; Comunicação; Mídia, Universidade; *O Popular*; *Jornal UFG*.

ABSTRACT

This study arose from the need for reflection on the interaction between news media and university from the discourse perspective. In this direction, a few issues have been raised concerning the discourses published on *O Popular* (The Popular Newspaper) and *Jornal UFG* (UFG Newspaper) about the Federal University of Goiás. Therefore, four topics were selected among articles published by both newspapers between 2010 and 2013, namely: UFG 50th Anniversary, the *Espaço das Profissões* (a vocational guidance event held by the institution), UFG construction and expansion works, and student demonstrations. Based on the chosen topics and from the discourse standpoint, the aim was to reflect on the subjects' positions, the ideologies supporting subjects and discourses, the meanings built through them, and their heterogeneity and verbal-visual resources. The reflections were based on the dialogue between communication and journalism theories, using the traditional French Discourse Analysis, in an attempt to analyze the news media not only in terms of the writing techniques applied, or their responsibility to inform society, but also as a space for discourse construction and diffusion, where there is no room for impartiality and where subjects shift positions within discourse-based relations. Discourse is herein seen as dynamic, lively, and transparent with regard to the ideological, historical and social context. In this sense, it will always be possible to build other discourses and meanings upon what is published or not about UFG by the news media. The study was meant to reflect on the commercial and institutional discourse of the news media, whether partial or impartial, the discourse-based relation between the media and the university, and the perception of diverse media discourses and subjects about the university. Considering the characteristics and the institutional bias, the discourses published by each of the newspapers, their ideological aspects, the subjects mobilized or not, and the way they are mobilized in each of the papers, it was understood that the university is seen from different points of view by those media and subjects. And such varied perceptions, discourses and subjects are a result of the diverse positions, institutional relations and discourses that underlie the news media articles about UFG.

Keywords: Discourse Analysis; Communication; Media; University; *O Popular*; *Jornal UFG*.

INTRODUÇÃO

i) Motivação da Pesquisa

Universidade, mídia e discurso. Da articulação entre estas instâncias surge o desejo e a necessidade de se pesquisar acerca dos discursos da mídia jornalística sobre a Universidade Federal de Goiás (doravante UFG). Inicialmente nossa intenção era trabalhar com o rádio. A proposta inicial era selecionar algumas emissoras da cidade de Catalão, Goiás, e a partir disso fazer o trabalho de escuta e gravação dos programas jornalísticos. Após esse trabalho seria feita a identificação dos momentos em que os jornais radiofônicos abordaram o Câmpus Catalão¹ da UFG. De posse das reportagens, notícias e notas que foram veiculadas e que se referem à cobertura de algum evento, acontecimento ou entrevista acerca do Câmpus Catalão, teríamos o macro *corpus* de análise, que seria posteriormente decomposto no micro *corpus*, que consistiria em selecionar um número reduzido de informações veiculadas pelas emissoras em seus programas jornalísticos a fim de transcrevê-los e analisá-los. Por conta da dificuldade de se coletar e, sobretudo, transcrever o material, tendo em vista o curto prazo de tempo para a conclusão do mestrado, optamos por trabalhar com outro tipo de materialidade discursiva, o jornal impresso.

Ao optarmos pelo jornal impresso nos deparamos com uma situação no mínimo inusitada. Assim como no rádio, nossa proposta era selecionar alguns jornais impressos e até mesmo eletrônicos de Catalão e, a partir disso, coletar as matérias jornalísticas referentes ao Câmpus Catalão da UFG. O que observamos, no entanto, é que a grande maioria das reportagens publicadas em boa parte dos jornais nada mais era do que a cópia, na íntegra, do material que era produzido e encaminhado aos jornais por nós enquanto jornalista do Câmpus Catalão. Dessa forma, ficava impraticável coletar e analisar nos jornais de Catalão as matérias jornalísticas referentes à universidade simplesmente pelo fato de que, na realidade, em boa parte dos jornais as informações publicadas foram escritas por nós. E o detalhe, infelizmente, é que em alguns casos, mesmo sendo publicada a cópia fiel do material encaminhado por nós, a informação publicada nos jornais sequer citava a nós ou a Assessoria de Comunicação da UFG enquanto responsável pela produção do texto. O que ocorria, em algumas vezes, era a omissão da autoria ou o que era mais grave, a atribuição da autoria ao próprio jornal.

¹ Hoje, após reestruturação institucional e a consequente atualização estatutária em 2014, denomina-se **Regional Catalão**.

Diante disso, optamos por trabalhar com dois jornais produzidos em Goiânia. Um deles é o jornal *O Popular*, considerado o maior veículo de comunicação do estado de Goiás e vinculado ao Grupo Jaime Câmara, o maior conglomerado de comunicação de Goiás e que reúne, além do jornal, emissoras de rádio e televisão e portais de conteúdo na internet ². Outro jornal que escolhemos para nossa análise é o *Jornal UFG*. Trata-se de um jornal produzido pela própria UFG e, portanto, dentro de um contexto de maior vinculação com a universidade. Temos, dessa forma, dois jornais e o que podemos chamar de duas realidades. Em *O Popular* observamos um veículo de comunicação comercial e privado. Já no *Jornal UFG* o que temos é um periódico institucional e público ³.

Pensar nos discursos, na construção de sentidos, nos sujeitos e seus posicionamentos, na ideologia e na heterogeneidade discursiva entre tantas outras questões, são pontos que interpelam o olhar do pesquisador que se aventura pelo território da análise do discurso. A nós interessou pensar estas questões também por meio do olhar jornalístico, tendo em vista nossa formação em jornalismo. Já a universidade nos interpela enquanto espaço de reflexões, de circulação de discursos e de construção da cidadania. Também nos interpela enquanto local de trabalho, uma vez que exercemos a função de jornalista na UFG, atualmente na cidade de Goiânia. Assim está feita a tentativa de articular neste trabalho a universidade, a mídia e o discurso. Entendemos que um trabalho como esse não tem a pretensão de abarcar nesse momento a diversidade de abordagens possíveis a partir da articulação destes pontos. Assim, tentamos refletir sobre questões que visam articular teoria e análise na expectativa de contribuir para os trabalhos em Análise do Discurso (doravante AD), em especial na análise do discurso midiático, em que consideramos para o estudo o institucional e o comercial. Entendemos ainda que este trabalho pode contribuir com o fazer jornalístico em questões como compreensão dos posicionamentos ocupados pelo jornalista enquanto sujeito do discurso, nos aspectos ideológicos que se manifestam nos discursos e ainda na própria questão da comunicação pública e privada, na tentativa mesmo de refletir sobre esses e outros aspectos de um ponto de vista discursivo. Por fim, para a universidade, nosso trabalho pode auxiliar na reflexão acerca do espaço ocupado pela universidade na mídia, nas formas de construção dos discursos e da relação com o público e ainda na necessidade de prestação de

² Mais adiante teremos a oportunidade de trazer algumas informações sobre o referido jornal.

³ Ainda nesta introdução, no tópico referente à análise do discurso e comunicação teremos a oportunidade de trazer os detalhes sobre a seleção das matérias com relação ao intervalo de tempo em que coletamos os jornais e com relação à escolha dos assuntos.

contas à sociedade sobre questões da UFG que interessam aos diferentes segmentos da sociedade.

ii) Breve relato sobre a UFG: aspectos institucionais e de comunicação

A UFG foi criada em 14 de dezembro de 1960. A instituição surge a partir da reunião de instituições de ensino superior isoladas, sendo elas a Faculdade de Direito, a Faculdade de Farmácia e Odontologia, a Escola de Engenharia, o Conservatório de Música e a Faculdade de Medicina. O ato solene de criação da UFG ocorreu com a assinatura oficial do Decreto-Lei nº 3834-C, feito pelo presidente Juscelino Kubitschek, diante de uma multidão, na Praça Cívica, em Goiânia. O reconhecimento da UFG por parte do Ministério da Educação ocorreu em 1961. A instalação oficial da UFG ocorreu em fevereiro de 1961 no antigo casarão da Rua 20, onde funcionava a Faculdade de Direito e a reitoria da universidade. A aula inaugural foi realizada em março de 1961 no Teatro Goiânia.

Antes, em 1959 é criada a Frente Universitária Pró-Ensino Federal em Goiás e ainda no mesmo ano é formada a Comissão Permanente para a criação da Universidade do Brasil Central, liderada pelo professor Colemar Natal e Silva. A Universidade do Brasil Central é criada em 1959, porém, vinculada a Igreja Católica. Em 1970 a universidade passaria a se chamar Universidade Católica de Goiás e atualmente é chamada de Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

Conforme relatado na obra *UFG: 2006 – 2013*, especialmente produzida pela universidade como forma de prestação de contas à sociedade dos oito anos de reitorado do professor Edward Madureira Brasil, o primeiro reitor da UFG foi o professor Colemar Natal e Silva, que empresta o nome ao primeiro câmpus da UFG, situado no Setor Universitário. Em 1963, com a criação dos cursos de Agronomia e Medicina Veterinária, a universidade passou a utilizar as instalações da antiga Escola Agrotécnica de Goiânia, que, por fim, foi doada a UFG. Outras áreas da Fazenda Samambaia também foram se somando ao patrimônio da instituição, o que possibilitou a criação do Câmpus Samambaia, entregue de forma precária a população em 1973.

Na década de 80, a UFG inicia um processo de interiorização do ensino. Em 1980 se instalava em Porto Nacional, cidade que hoje pertence ao estado do Tocantins. Em 1981 era instalado o Câmpus Jataí em áreas doadas pela Prefeitura e adquiridas pela própria UFG. Em 1983 é a vez de Catalão receber a UFG, que se instalou em uma área doada pelo Ministério da Educação. Os primeiros cursos nestas unidades eram voltados, sobretudo, para a formação de

professores. Já a década de 90, marcada pela forte instabilidade econômica, teve repercussão na UFG que enfrentou dificuldades quanto à estrutura e recursos humanos. Em 1995 o Estatuto da UFG foi reformulado e aprovado. A década de 90 é marcada ainda pela reconfiguração de unidades acadêmicas e pela criação de outras.

O novo século é marcado pela expansão na oferta de cursos, na contratação de pessoal e na ampliação da estrutura física. Em 2007, o governo federal instituiu o Programa de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), uma das ações do Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE). Entre 2006 a 2013, a UFG dobra de tamanho, o que representou a oferta de mais cursos de graduação e pós-graduação, a reforma e construção de prédios e a contratação de mais servidores e técnico-administrativos. De acordo com a obra *UFG: 2006 – 2013*, em 2006, a área construída da UFG era de cerca de 200.000 metros quadrados. Em 2013, esse número chegou próximo aos 400.000 metros quadrados. O número de matrículas na graduação saltou de 13.573 em 2006, para 23.446, em 2013. Já a quantidade de cursos de graduação chegou a 147. Entre 2006 a 2013 foram implantados 41 novos programas de pós-graduação em nível de mestrado e doutorado.

O crescimento da UFG teve repercussão na mídia, nos segmentos que compõem a universidade, nos movimentos sindical e estudantil e na sociedade em geral. Cada qual, a sua maneira, produziu diferentes olhares sobre o crescimento da universidade. Acreditamos que para a UFG pode ter sido positivo, mesmo com os transtornos próprios do crescimento. Para os estudantes pode ter faltado planejamento, uma condução do processo que os ouvisse, que garantisse um olhar voltado às demandas estudantis. Já para a sociedade acreditamos ter havido uma maior aproximação com a universidade, fato que a própria expansão e exposição da universidade por si provocou. Teremos a oportunidade de ver algumas questões que permeiam o crescimento da UFG por meio da análise de algumas reportagens sobre o cinquentenário da UFG e sobre obras e construções. Talvez nos dias de hoje, a universidade tem como um de seus maiores desafios a consolidação do crescimento experimentado nos últimos anos. A nosso ver, embora as mudanças sejam latentes e extremamente positivas, é tempo de avançar na consolidação dos cursos criados recentemente, na reposição do quadro de servidores, na implantação de novos *campi*, sobretudo na região norte de Goiás e no relacionamento estreito e ativo com a sociedade, manifestada, sobretudo, por meio de ações de extensão e de comunicação social.

Quando pensamos em uma universidade pública, temos como certo o fato de que a instituição é mantida pelo governo, no caso, o governo federal. Sendo assim, é salutar e necessário que a instituição, mantida com o dinheiro dos impostos da população, possua

estratégias, estrutura e mecanismos para, não apenas gerar conhecimento, mas, também, divulgar, fazer chegar à comunidade interna e externa à UFG, os eventos, novidades, pesquisas e até mesmo problemas vividos pela universidade, enfim, ser um instrumento de diálogo entre a universidade e a sociedade. Neste trabalho é fundamental a utilização de ferramentas e meios de comunicação. Atualmente o zelo pela imagem institucional compete à Assessoria de Comunicação (Ascom) da UFG, responsável, dentre outras atividades, pelo atendimento à imprensa, pela alimentação do portal de notícias, pela produção do *Jornal UFG* e pela política de comunicação da instituição. Além do trabalho da Ascom, a universidade conta ainda com a Rádio Universitária e com a TV UFG.

O primeiro jornal da UFG, de acordo com informações coletadas no *hotsite* especialmente desenvolvido em comemoração aos 50 anos da UFG, foi o *4º Poder*. A primeira edição circulou em 17 de dezembro de 1962. Tratava-se de um produto vinculado a então Imprensa Universitária, distribuído entre a comunidade interna e externa à UFG. O jornal, conforme depoimento do então assessor de comunicação à época, Geraldo Lucas, divulgava não apenas as informações do ambiente universitário, mas, também, informações sobre assuntos diversos, dentre eles política e cultura. Por conta do Golpe Militar, em 1964 o jornal parou de circular. A periodicidade do *4º Poder* era incerta e a publicação alcançou o total de 55 edições. A Imprensa Universitária, atual Centro Gráfico e Editorial (Cegraf) era responsável pela edição do jornal e pela publicação de toda a universidade.

Outra marca histórica nos aspectos que envolvem a comunicação da UFG é a criação da Rádio Universitária. Criada por resolução da universidade em 1962 e outorgada em 1965, a emissora é considerada uma das primeiras concessões de rádio educativa do Brasil. Atualmente a Rádio opera em 870 AM com potência de 20 kw, com programação musical e jornalística diferenciada. A televisão, que completa os veículos de comunicação da UFG veio somente em 2009, após 47 anos de luta pela implantação do canal. Com o decreto de concessão da TV UFG para a Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural, a emissora da UFG foi inaugurada oficialmente em 14 de dezembro de 2009. O *Jornal UFG* da forma como o conhecemos hoje surge em 2006 e atinge em dezembro de 2014 a marca de 69 edições.

No aspecto que trata da comunicação institucional, a obra *UFG: 2006 – 2013* afirma que os diversos órgãos e setores de comunicação da UFG possuem a função de manter canais de comunicação entre o público interno e entre a universidade e a sociedade. Estes órgãos e setores atualmente são a Assessoria de Comunicação, a TV UFG, a Rádio Universitária, o Sistema de Bibliotecas, o Centro de Recursos Computacionais, o Centro de Informação e Documentação Arquivística e a Ouvidoria. Cabe a Ascom, como já ressaltamos em outro

momento, a execução da política de comunicação da UFG. A Assessoria é composta pelas Coordenadorias de Imprensa, de Relações Públicas e de Publicidade Institucional. Dentre as suas atribuições, as principais são a gestão e execução da política de comunicação institucional, o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo publicitário e o cerimonial universitário. Na Coordenação de Imprensa, além da produção do *Jornal UFG* impresso e *online*, é editada a revista *UFG Afirmativa* com periodicidade semestral, o Boletim Informativo UFG, um periódico eletrônico bissemanal e atualização do conteúdo noticioso do Portal UFG. A Coordenadoria também é responsável pelo *clipping* eletrônico, que é um apanhado das notícias veiculadas na imprensa goiana e disponibilizadas na internet e ainda pela cobertura fotográfica e jornalística de fatos relacionados à UFG. Em 2009 a UFG passou a contar também com as redes sociais (facebook e twitter) como instrumento de divulgação e relacionamento com a sociedade. Na Ascom atuam técnico-administrativos, docentes e estagiários dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Gestão da Informação, sendo assim, também, um dos campos de estágio dos cursos de graduação vinculados à área de comunicação social.

iii) Análise do Discurso e Comunicação

A Análise do Discurso e seu construto teórico tem sido um dos fundamentos utilizados para se refletir, do ponto de vista da linguagem, acerca de diferentes atividades humanas, dentre elas, a comunicação. A AD de tradição francesa, teoria a qual mobilizamos nesse estudo, nasce na França, no final da década de 60 em um cenário de conturbadas transformações políticas e sociais. A AD tem em Michel Pêcheux seu fundador, que em conjunto com Michel Foucault são figuras centrais para a construção da teoria do discurso. O contexto de crises políticas e sociais do final dos anos 60 e início dos anos 70 acaba por ocasionar uma crise epistemológica, dos próprios fundamentos das ciências humanas, o que leva à necessidade de rever os objetos e bases das ciências humanas. A AD, dessa forma, é pensada como instrumento de intervenção social.

Do ponto de vista teórico, nos filiamos nesse trabalho aos estudos de Pêcheux, propondo ainda articulações com Mikhail Bakhtin, Patrick Charaudeau, Jaqueline Authier-Revuz, além de teóricos da comunicação e do jornalismo. A AD, em Pêcheux, surge como tentativa de superar os limites da filologia e da análise de conteúdo, entretanto, é importante ressaltar que ainda existem estudos em filologia e análise de conteúdo, com significativas contribuições para os estudos da linguagem. Pêcheux questiona a questão da transparência da

língua e, assim, a AD surge rompendo questões ideológicas e epistemológicas do que se fazia antes ou no momento, não tendo a proposta de ocupar um lugar, um espaço vazio, mas sim, sendo entendida enquanto ruptura. Assim, em lugar do tratamento da informação, a AD introduz a noção de efeito de sentidos entre interlocutores.

Pêcheux é tomado pelo espaço da política e do marxismo. Em um tempo onde não se pensavam as alianças; a proposta pecheutiana relaciona pensadores importantes, buscando a articulação entre três campos do conhecimento científico: a linguística, o marxismo e a psicanálise. Ao longo do construto teórico da AD a teoria vai sendo revisada, partindo de um sujeito assujeitado na primeira fase, para um sujeito submetido a falhas, clivado, cindido, com uma maior aproximação com a psicanálise lacaniana. Em 1969, Pêcheux publica *Análise Automática do Discurso* e concebe a AD política e não filosófica ou literária, justamente por seu engajamento político enquanto militante do Partido Comunista Francês. Em 1975 é publicada a obra que no Brasil recebeu o nome de *Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*, que marca a segunda fase da AD. Em 1983 é publicado *Discurso: Estrutura ou Acontecimento*, obra que funda a terceira fase da AD.

Ao instituir o discurso como objeto, Pêcheux critica uma concepção de linearidade e transparência da linguagem afirmando que o discurso e a linguagem são opacos, havendo uma não evidência do sentido e assim o sentido não é dado, é construído. Pela noção de interlocutores e não de emissor e destinatário, onde não há uma mera transmissão de mensagens, entendemos que os interlocutores ao mesmo tempo em que falam, escutam, aprendem, desfazem. Questões como a construção dos sentidos, os sujeitos e suas posições, a relação entre ideologia, sujeito e discurso, os atravessamentos discursivos, são alguns pontos aos quais a AD se debruça para pensar os discursos. O discurso para AD e para Pêcheux é algo dinâmico, vivo, móvel, com a noção de língua em movimento, dentro de um contexto histórico, social e ideológico.

Ao longo da teoria em construção, Pêcheux revisa o trabalho feito e se, no primeiro momento da AD a teoria surge focada no discurso político, com discursos mais homogêneos, na terceira fase da AD ocorre uma abertura na percepção discursiva, com a possibilidade de uma análise mais abrangente, a exemplo dos discursos jornalístico, publicitário, pedagógico e religioso. No Brasil, por conta da repressão militar, a AD começa a ser estudada apenas na década de 80, em virtude da maior abertura política. Já na França dos anos 80, ocorre um refluxo da AD, ocasionado, sobretudo, pela morte de Pêcheux e Foucault. A AD no Brasil tem herança francesa, mas toda uma especificidade brasileira e já nasce analisando uma

heterogeneidade de objetos, ao passo em que na França não. No Brasil a AD se institucionaliza a partir dos anos 80 na Universidade Estadual de Campinas.

Tendo a AD a característica de ser interdisciplinar e pensando na comunicação enquanto algo necessário e até mesmo indispensável no mundo atual, conforme Fíguro (2012, p. 9), no percurso de desenvolvimento dos meios de comunicação e da mídia, diferentes áreas do conhecimento humano se fizeram presentes nesse processo, tendo em vista também o próprio desenvolvimento da sociedade moderna onde, cada vez mais, as informações circulam nas mais diferentes plataformas, havendo, inclusive, o que podemos chamar de um excesso de informações. No que tange à comunicação, nossa proposta se volta para os meios de comunicação, para a mídia, em especial a mídia jornalística. Assim, vemos nos jornais e revistas, nos portais de notícia na internet e nas emissoras de rádio e televisão, responsáveis pela produção e circulação de conteúdos informativos, não apenas a questão da construção da notícia jornalística em si, da comunicação social, da informação, mas, também, dos aspectos que envolvem a construção dos sentidos, os posicionamentos dos sujeitos, a presença ou ausência de discursos que atravessam o discurso da mídia jornalística, enfim, dos aspectos discursivos da mídia jornalística.

Para pensar a mídia como objeto é preciso pensar o verbal e o visual. O verbal e o visual não são necessariamente uma tradução um do outro e, às vezes, um não é explicitado da mesma forma que o outro. No fotojornalismo, dificilmente a imagem é uma estrutura isolada. Existe assim, uma relação entre foto, legenda e texto, onde não necessariamente uma completa a outra. Em tempos em que a televisão não é mais central e absoluta, surgem novas mídias e a produção de conteúdo também pode ser acessada pelo público. Assim, as mídias buscam novas plataformas e hoje é possível, por exemplo, ler a versão impressa de um jornal que se materializa no papel, bem como acessar a versão eletrônica, disponível na internet e que poderá ser uma réplica da versão impressa ou ainda uma versão exclusiva, criada especialmente para o ambiente virtual. A comunicação, da forma como enxergamos nesse trabalho, é uma “característica constitutiva do ser humano cuja inter-relação é necessária à vida em sociedade” (FIGARO, 2012, p. 10). A comunicação e a interação constituem a natureza do homem enquanto ser social e, nesse aspecto utiliza-se das linguagens, se dá por meio da linguagem.

É importante lembrarmos, como nos dirá Charaudeau (2012, p. 24) que

No que tange à máquina midiática, a primeira instância é representada pelo produtor de informação (o organismo de informação e seus atores), a instância de recepção pelo consumidor da informação (diferentes públicos: leitores, ouvintes,

telespectadores) e o produto pelo texto midiático (artigo de jornal, boletim radiofônico, telejornal etc.)

Sendo assim, temos na mídia jornalística uma instância formada e articulada por diferentes sujeitos, o que demarca a heterogeneidade da mídia e dos discursos construídos por ela. Pretendemos dessa forma, pensar a mídia jornalística não apenas enquanto instância produtora de informações, capaz de abastecer o público com informações que, para ele, até poderiam estar no âmbito do desconhecido. Queremos pensar a comunicação por meio da mídia jornalística no aspecto discursivo, da construção dos sentidos, da opacidade da língua, dos discursos que circulam e atravessam o discurso da mídia jornalística. Para isso, no capítulo 2, mobilizamos algumas noções do campo das teorias da comunicação e do jornalismo, que nos ajudam a pensar os aspectos jornalísticos e discursivos das matérias referentes aos jornais que analisamos. Já no capítulo 3, mobilizamos as noções teóricas da AD para analisar os discursos sobre a UFG. Por hora, no entanto, é importante trazermos algumas informações acerca dos dois jornais que analisamos e ainda refletir sobre a principal distinção entre eles, que é o fato de um ser comercial e o outro institucional.

CAPÍTULO 1

O DISCURSO DA MÍDIA JORNALÍSTICA: ENTRE O INSTITUCIONAL E O COMERCIAL

1.1 – O jornal enquanto materialidade discursiva

O jornal, muito além de ser uma fonte de informação, um veículo de comunicação ou mesmo uma empresa, é um local que serve de suporte para textos e imagens. Por meio do verbal e do visual, o jornal faz circular uma infinidade de discursos que são apresentados ao público sobre a forma de um produto informativo que pode ser notícia, reportagem, nota, enfim⁴. No produto informativo, por meio dos dizeres do jornalista, das fontes entrevistadas e ainda de outros sujeitos como o anunciante, o público e até mesmo o proprietário do veículo de comunicação, temos o discurso da mídia jornalística. Constituindo e atravessando esse discurso, outros discursos se fazem presentes em sua presença ou ausência. Assim, no discurso da mídia jornalística podemos encontrar o discurso político, econômico, pedagógico, enfim. Queremos, portanto, pensar o jornal não apenas em sua dimensão de um produto que possui técnicas e rotinas de produção e que é disponibilizado ao público. Queremos pensar o jornal enquanto lugar discursivo, ideológico, constituído de sujeitos, lugar de heterogeneidade.

De acordo com Maingueneau (2001, p. 79) um texto escrito pode circular distante de sua origem, se deparando com diferentes públicos e, por isso mesmo, precisa ser compreendido por diferentes públicos. Aquele que lê poderá fazê-lo da forma que lhe convier, seja, por exemplo, em voz alta ou de forma silenciosa. Ainda, pela ausência do contato físico, o número de destinatários poderá ser ilimitado. Outras propriedades ainda são listadas por Maingueneau (2001) e para nosso estudo, salientamos o fato de que o jornal tanto poderá ser apresentado em sua versão impressa quanto eletrônica, ou em ambas. Em nosso caso, trabalhamos com a versão eletrônica dos jornais. No caso do *Jornal UFG* a opção é pela versão disponibilizada na página da Assessoria de Comunicação da UFG no formato PDF que é a cópia da versão impressa. No caso do jornal *O Popular* também optamos pela versão eletrônica que, neste caso, será semelhante a do impresso. As matérias que analisamos na

⁴ Adiante, no capítulo 2, traremos a discussão acerca dos gêneros jornalísticos ou espécies discursivas, com base nas teorias do jornalismo. Salientamos, entretanto, que em alguns momentos a utilização do termo notícia por parte da mídia e mesmo nesse trabalho, poderá se referir à notícia entendida enquanto informação jornalística, em seu aspecto amplo e não apenas enquanto gênero jornalístico ou espécie discursiva. Quando isso ocorre, deixamos explícito no texto. Da mesma forma a utilização do termo matéria, terminologia bastante utilizada no meio jornalístico e presente em alguns momentos ao longo de nosso trabalho, faz menção a qualquer um dos gêneros jornalísticos ou espécies discursivas que analisamos, ou seja, também se relaciona à informação jornalística.

versão eletrônica são as mesmas presentes no jornal impresso, com a exceção de algumas que se referem às manifestações de junho de 2013. Pela própria materialidade em um meio eletrônico, a apresentação do jornal se difere da versão impressa. Vale ressaltar que para a composição do *corpus* da presente pesquisa em *O Popular*, recorreremos ao *clipping*⁵ disponibilizado pela Assessoria de Comunicação da UFG. Após percorrer o *clipping*, selecionamos os assuntos, primando por aqueles que são abordados nos dois jornais. Em seguida, na página eletrônica do jornal tivemos acesso ao conteúdo da versão impressa que é disponibilizado na internet.

Como estamos tratando do jornal, trazemos de forma breve alguns pontos a respeito da história da imprensa. O primeiro jornal brasileiro é decorrente da vinda da família real portuguesa para o Brasil, tendo em vista a invasão de Portugal pelas tropas francesas comandadas por Napoleão Bonaparte. Em 10 de setembro de 1808 saía a primeira edição da *Gazeta do Rio de Janeiro*. De acordo com Sodré (1999, p. 19) tratava-se de “um pobre papel impresso, preocupado quase que tão somente com o que se passava na Europa”. Era um jornal oficial, que não tinha interesse em ser atraente para o público. Pouco antes, em 1º de junho de 1808 era lançado em Londres o número inaugural do *Correio Brasiliense*, fundado e dirigido pelo exilado Hipólito José da Costa. Conforme Sodré (1999, p. 22) o *Correio Brasiliense* “pretendia, declaradamente, pesar na opinião pública, ou o que dela existia no tempo, ao passo em que a *Gazeta* não tinha em alta conta essa finalidade”. Em 1º de junho de 1821 surgia o jornal *Diário do Rio de Janeiro*, considerado verdadeiramente o primeiro jornal informativo a circular em terras brasileiras. Sodré (1999, p. 51) explica que “do ponto de vista da imprensa, como a entendemos hoje, foi o precursor originalíssimo, e teve todas as características do jornal de informação”. O jornal deixava a desejar, no entanto, na discussão das questões políticas.

Até a proclamação da República outros tantos jornais surgiam pelo Brasil, sendo alguns com vinculações políticas de esquerda e outros de direita. Neste período, o Brasil experimentou momentos em que havia certa liberdade de imprensa, com momentos de perseguições. Com a República em 1889, o primeiro grande jornal a surgir em 1891 é o *Jornal do Brasil*. Outros jornais como a *Gazeta de Notícias* e o *Jornal do Comércio* também se destacaram no Brasil. “A passagem do século, assim, assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa [...] alterando-se as reações do jornal com o anunciante, com a

⁵ Serviço de apuração, coleção e fornecimento de recortes de jornais e revistas sobre um determinado assunto, sobre as atividades de uma empresa ou instituição, sobre uma determinada pessoa etc (RABAÇA & BARBOSA, 1978, p. 99).

política, com os leitores” (SODRÉ, 1999, p. 275). Pelo fato de serem empresas, os jornais necessitavam de recursos para manter a estrutura empresarial. Ao mesmo tempo em que o governo necessitava expor o que era de interesse dos governantes por meio da imprensa, os jornais enxergaram no governo uma fonte de recursos e, assim, tornaram-se receptivos à distribuição de verbas oficiais. A Lei de Imprensa é aprovada em 1923 e a primeira transmissão de rádio ocorre em 1922. A era Vargas, bem como a Ditadura Militar, marcam períodos de repressão à liberdade de imprensa. O final do século é marcado pelo surgimento de novas mídias e pela possibilidade do público ser também produtor de conteúdo informativo.

Em Goiás, o primeiro jornal a ser editado é o *Matutina Meyapontense*, em 5 de março de 1830, em Meia Ponte, atual Pirenópolis. De acordo com Borges e Lima (2008, p. 71), antes disso, em 1829, Miguel Lino de Moraes, presidente da província de Goiás solicitou ao Império a instalação de uma tipografia em Vila Boa, antiga capital do estado, hoje cidade de Goiás. O pedido foi negado pelo poder central que acreditava que Goiás não necessitava de tal investimento. Diante disso, o comendador Joaquim Alves de Oliveira, considerado um dos homens mais ricos de Goiás, adquiriu com recursos próprios uma tipografia no Rio de Janeiro e solicitou que a mesma fosse instalada em Meia Ponte. “*O Matutina Meyapontense* publicava atas de reuniões dos dirigentes da província, atos oficiais, correspondências civis e oficiais, literatura, crônicas, cartas dos leitores, tendo ainda alguns anúncios” (BORGES E LIMA, 2008, p. 73). Com relação ao governo central, o jornal mantinha uma postura de oposição. Em 3 de junho de 1837 circula o *Correio Oficial de Goyaz*, que surge vinculado ao Estado. Fora do estado de Goiás, entre 1917 a 1935, Henrique Silva edita no Rio de Janeiro a revista *A Informação Goyana*, que seria um instrumento para divulgar as potencialidades do estado. Com a transferência da capital do estado para Goiânia, ocorrida oficialmente em 1937, Joaquim Câmara Filho e irmãos fundaram em 1938 o jornal *O Popular*. Em 1959 é criado o jornal *Cinco de Março*, que possuía “sua linha editorial voltada para denúncias de corrupção, má prestação de serviços e descuido com o caráter público inerente ao Executivo e Legislativo” (BORGES E LIMA, 2008, p. 84).

De algumas décadas para cá, o jornal pode ser não apenas lido em sua versão impressa, mas pode também ser acessado em sua versão eletrônica, que inclusive é disponibilizada para dispositivos móveis. Com o desenvolvimento da tecnologia computacional e o surgimento da internet, em 1995, conforme Prado (2011, p. 19), a *Folha de São Paulo* lança sua primeira página na internet. No mesmo ano o *Jornal do Brasil* lança sua versão exclusiva para a internet, extinguindo a versão impressa em 2010. Prado (2011, p. 22), ao se referir aos tipos

de revistas digitais, cita os tipos existentes no mercado, que nos servem para pensar também nos tipos de jornais. São eles: a versão em PDF, onde o conteúdo do jornal impresso é disponibilizado ao leitor/internauta em formato PDF; o portal de notícias vinculado a um jornal, que tem como foco a maior oferta de produtos e serviços; o site de jornal impresso que se assemelha ao portal sem a pretensão de ser tão abrangente, com possibilidade de complementação das informações do impresso, havendo ainda maior interatividade com o leitor/internauta; o jornal digital por formato, que é aquele que existe apenas na internet. Enquanto formato de apresentação do jornal ao leitor/internauta e enquanto local de materialidade discursiva, no *Jornal UFG*, utilizamos, como já mencionamos, a edição que é disponibilizada em PDF, ao passo em que no jornal *O Popular*, a versão que utilizamos se assemelha a um portal de notícias, vinculado ao jornal e que permite o acesso ao mesmo conteúdo veiculado no impresso e ainda a outras informações que podem complementar ou atualizar a versão impressa.

Feita a ressalva de que trabalhamos com a versão eletrônica, ainda que tal versão comporte as matérias presentes no impresso, o fato dos discursos se materializarem em um jornal impresso ou eletrônico revela distinções entre um e outro meio de materialidade. No impresso, o público tem o contato com o papel, sente seu cheiro, folheia as páginas e até mesmo pode sujar as mãos com a tinta do jornal, pode receber o jornal bem cedo em casa ou adquiri-lo no comércio. No eletrônico o acesso é virtual, não há o papel e sim a tela de um computador ou de um dispositivo móvel, é possível complementar a informação por meio de matérias sobre o mesmo assunto no mesmo jornal ou em um jornal diferente, é possível verificar como um mesmo fato é coberto por diferentes jornais. No jornal impresso, tais funcionalidades próprias do ambiente virtual não são possíveis, a menos que se tenha acesso a diferentes jornais, o que gera custo maior com aquisição de exemplares ou assinaturas.

O jornal é visto não apenas em sua função de informar. Em uma concepção de língua opaca, entendemos que nele, sentidos são construídos, onde se manifestam os aspectos ideológicos, sociais e históricos. As matérias jornalísticas sobre a UFG podem contribuir, por exemplo, para a construção de sentidos sobre a universidade que podem levar à visão de instituição de excelência ou ao contrário, podem salientar aspectos negativos. A materialidade discursiva do jornal em sua dimensão verbal e visual é o ponto chave para emprendermos a complexa tarefa de analista do discurso. A proposta é atravessar a opacidade da materialidade discursiva e refletir por meio da teoria e da análise acerca da ideologia, dos sujeitos, dos sentidos, sobre os aspectos discursivos da mídia jornalística em matérias referentes à UFG.

1.2 – *Jornal UFG*

O *Jornal UFG* é uma publicação da Assessoria de Comunicação da UFG, conforme destacado no expediente do periódico. O jornal tem periodicidade mensal, sendo que nos meses de férias acadêmicas, a edição ao invés de se referir a um mês apenas, refere-se a dois. A primeira edição do *Jornal UFG* circulou em junho de 2006, no primeiro ano de reitorado do professor Edward Madureira Brasil. O editorial da primeira edição do jornal demonstrava a preocupação da universidade em “manter vínculos permanentes com a sociedade” e, dessa forma, afirmava que uma das ferramentas é a divulgação científica com linguagem apropriada à sociedade. De acordo com o editorial, “trata-se de usar o jornal para traduzir a informação científica e divulgar conhecimento sobre a realidade. Ou seja, devolver para a sociedade o que a universidade produz” (JORNAL UFG, junho de 2006, p. 2). A edição destacava a expansão da UFG, com a criação de novos cursos na capital e no interior do estado. O assessor de imprensa e coordenador geral era o professor Magno Medeiros que, posteriormente, foi substituído pela professora Silvana Coleta, ambos vinculados à Faculdade de Comunicação e Informação da UFG.

Atualmente, o *Jornal UFG* está em seu nono ano de circulação e a edição eletrônica mais recente é a 69, referente aos meses de novembro/dezembro de 2014 ⁶. O jornal é impresso na própria UFG, no Centro Gráfico e Editorial. A tiragem do jornal é de 10 mil exemplares, distribuídos gratuitamente. Em sua versão impressa e eletrônica, o periódico possui 16 páginas, sendo que nas primeiras edições, apenas duas páginas eram coloridas, número que passou para quatro posteriormente. As demais páginas são impressas em preto e branco. A versão impressa é disponibilizada também na internet, na página da Ascom, no formato PDF. Nos anos em que não houve nenhum imprevisto, o jornal teve entre dez a nove edições anuais. Já nos anos em que houve greve dos servidores técnico-administrativos, pelo fato do jornal ser impresso na própria UFG, a produção e a impressão do jornal foi paralisada.

Desde 2014, ano que marca o início do reitorado do professor Orlando Afonso Valle do Amaral, a coordenação de imprensa e edição geral do jornal deixa de ser feita por uma professora e passa a ser feita por servidora técnica-administrativa, no caso, a jornalista Kharen Stecca. Os dados da última edição dão conta de que além da editora-geral, existe uma editora e um conselho editorial. Existe ainda um profissional responsável pela editoração eletrônica e

⁶ Conforme informação disponível na página da Ascom, até a data de nossa visualização, no dia 28 de fevereiro de 2015. Outra informação interessante, divulgada na página da Ascom, também em fevereiro, é a realização de uma pesquisa, onde a comunidade universitária é convidada a responder a um questionário *online* informando sua opinião sobre o *Jornal UFG*. Devido ao prazo de conclusão desse trabalho, não pudemos acompanhar os resultados, no entanto, fica o registro de tal ação por meio da Ascom.

outro pela fotografia. Nas reportagens, o jornal conta com o trabalho de jornalistas servidores da UFG, bolsistas e estagiários do curso de jornalismo. Conta ainda com a colaboração de assessorias nos *campi* do interior que encaminham material para o jornal. Como se trata de um jornal institucional universitário, o espaço dedicado à divulgação científica e a reflexão acadêmica é privilegiado. Nas páginas do *Jornal UFG* podemos ter pesquisas, eventos e discussões que envolvem a universidade e também a comunidade externa. Pelo fato de ter circulação mensal, o tempo de preparo de cada edição é maior do que em *O Popular*. Os assuntos abordados no jornal, pelo maior tempo de preparo e pelo fato de não disputarem espaço com anúncios publicitários, quase sempre são mais aprofundados e explorados pelo jornal.

1.3 – Jornal *O Popular*

A história do jornal *O Popular* está associada aos irmãos Jaime Câmara, Vicente Rebouças Câmara e Joaquim Câmara Filho, e se atrela ainda à transferência da capital da cidade de Goiás para Goiânia, ocorrida em 1935. De acordo com Borges e Chaveiro (2013, p. 4), Câmara Filho, natural do Rio Grande do Norte, se estabelece na região de Planaltina e posteriormente em Luziânia. Engenheiro agrônomo por formação se dedica à venda de lotes. Neste período conhece Americano do Brasil, um dos responsáveis pela entrada de Câmara Filho no jornalismo, o que lhe permitiu atuar como jornalista correspondente e agrimensor. Com a Revolução de 1930, Câmara Filho envolveu-se em atividades militares, chegando a major e homem de confiança de Pedro Ludovico e Getúlio Vargas. Após a Revolução, migrou para Minas Gerais, permanecendo pouco tempo por lá, retornando a Goiás.

A transferência da capital da cidade de Goiás para Goiânia se dá no contexto getulista da Marcha Para o Oeste, movimento que visava à ocupação do centro-oeste brasileiro. Pedro Ludovico Teixeira, interventor de Goiás, percebeu a importância da propaganda no contexto simbólico da criação da nova capital e, de acordo com Borges e Chaveiro (2013, p. 6), convidou Câmara Filho para dirigir o Departamento de Propagandas e Vendas de Terras em 1934, que logo foi transformado em Departamento de Propaganda e Expansão Econômica. Assim, Câmara Filho era o responsável por divulgar Goiânia e o estado de Goiás para toda a imprensa nacional e internacional, com o envio de material noticioso para as redações dos jornais.

Quanto a Vicente Rebouças Câmara e Jaime Câmara, conforme Borges e Chaveiro (2013, p. 11), este último mantinha na cidade de Goiás uma papelaria e empresa de impressões diversas, chamada Tipografia Popular que, em 1935, começou a imprimir o jornal

Vossa Senhoria que posteriormente passa a se chamar *A Razão*. Nesse mesmo período Pedro Ludovico faz o pedido aos empresários da cidade de Goiás para edificarem seus negócios na nova capital e já tendo o irmão Câmara Filho como responsável pela propaganda de Goiânia, em 1936, Jaime Câmara transfere a Tipografia Popular de Goiás para Goiânia. Em 1945 a Tipografia é transformada na empresa J. Câmara & Irmãos S.A. com atuação no ramo de papelaria, impressão e importação. Em 3 de abril de 1938, circula a primeira edição do jornal *O Popular*, tendo Câmara Filho como diretor. Conforme Borges e Chaveiro (2013, p. 12) “Joaquim Câmara Filho, que ocupava cargos no Estado, garantia o apoio político necessário, além de assumir a direção geral do Jornal; Jaime Câmara cuidava da administração e Vicente Rebouças Câmara da parte comercial”.

O próprio crescimento de Goiânia, a falta de concorrência e os investimentos feitos pelos irmãos Câmara alavancaram o desenvolvimento de *O Popular* que, mesmo enfrentando durante alguns anos a concorrência com o jornal *Folha de Goiás*, que inclusive chegou a ter maior vendagem do que *O Popular* por algum tempo, não foi capaz de concorrer com a visão empresarial dos irmãos. No final da década de 70, a tiragem de *O Popular* nos finais de semana era de 25.000 exemplares e 20.000 nos dias de semana, enquanto a *Folha de Goiás* ficava com apenas 5.000 exemplares.

Surgido como primeiro jornal impresso empresarial de Goiás, alicerçado no moderno jornalismo, o jornal *O Popular* atualmente é um dos veículos de comunicação do Grupo Jaime Câmara, que reúne emissoras de rádio e televisão em Goiás, Tocantins e Distrito Federal. É fato que hoje o jornal não é mais o carro-chefe dos veículos de comunicação do Grupo Jaime Câmara, que tem apostado alto na Rede Anhanguera de Televisão e na internet como veículos de comunicação de maior alcance junto ao público, mas, nem por isso, o pioneirismo de *O Popular* deixa de ser lembrado e, recentemente, o jornal passou por uma reformulação em sua página na internet, que permite uma navegação mais fácil, atraente e personalizada.

Em 2013, o jornal *O Popular* comemorou seus 75 anos de existência, data em que Goiânia completava 80 anos. Na oportunidade foi lançada uma campanha comemorativa nos veículos de comunicação do Grupo Jaime Câmara, com a criação de uma logomarca especial em alusão ao jornal e à Goiânia e ainda o projeto *História em 75 capas*, que se propôs a registrar a história do jornal e de Goiânia ano após ano, de 1938 a 2013. Atualmente o jornal impresso circula em todas as cidades goianas e tem tiragem média de 30.000 exemplares. O periódico é diário, sendo disponibilizado em versão impressa e eletrônica. A versão impressa

é editada no formato *standart*⁷, que é um dos formatos mais tradicionais para impressos. O jornal é vendido em bancas de jornais e revistas e disponibilizado também por meio de assinatura. Já a versão eletrônica é apresentada na página do jornal na internet ao público na versão *flip*⁸, que permite folhear o jornal online, em diferentes plataformas, com a vantagem ainda de recursos como busca de palavras, integração com redes sociais e compartilhamento de conteúdos. Na internet é disponibilizada ainda outra forma de acesso à versão impressa, que não possui tantos recursos quanto à versão *flip*. Trata-se de uma versão onde as matérias jornalísticas podem ser acessadas por ano e data, com a possibilidade de facilitar a busca por meio de sete editoriais. Essa versão permite acesso à edição do dia, bem como a edições anteriores. O conteúdo pode ser o mesmo disponibilizado no impresso, algum conteúdo novo ou ainda a complementação de determinado assunto já abordado no impresso. Para este tipo de acesso, algumas matérias podem ser acessadas gratuitamente sem nenhum tipo de registro e outras podem ser acessadas por meio de registro que cria um passaporte que permite o acesso gratuito a apenas cinco matérias não gratuitas por mês. Trata-se de uma opção de acesso parcial ao conteúdo do impresso que não se organiza da mesma forma como no impresso, mas que permite a leitura de boa parte do conteúdo do impresso em tela, online. É justamente com essa versão que trabalhamos nessa pesquisa, que nos permitiu acesso ao conteúdo do impresso de forma gratuita ou por meio de registro passaporte. Como já mencionamos no tocante as manifestações de junho de 2013, algumas matérias analisadas não necessariamente estiveram presentes na versão impressa pelo próprio caráter dos acontecimentos que exigiam uma cobertura mais rápida, instantânea. Já os demais assuntos, representam matérias que estão no jornal impresso e que foram disponibilizadas na página do jornal na internet.

1.4 – Para pensar os discursos midiáticos comercial e institucional

Como pudemos perceber nos tópicos anteriores, que abordaram de forma breve alguns aspectos históricos e atuais do *Jornal UFG* e do jornal *O Popular*, uma das principais distinções entre um e outro periódico, é o caráter institucional, público e educativo do primeiro e o caráter comercial, privado e empresarial do segundo. Isto é demonstrado na

⁷ Apesar de se referir a um formato padrão, as dimensões podem sofrer pequenas variações, dependendo do jornal. No caso do jornal *O Popular*, o formato que corresponde a uma página fechada é 52 cm por 29,6 cm. No caso de suplementos e encartes, o formato poderá ser diferente, geralmente menor do que o standard.

⁸ Trata-se de uma versão que permite ao internauta folhear o jornal on-line. São utilizadas ferramentas que permitem a leitura e navegação no jornal exatamente da forma como é o impresso, com a mesma diagramação e disposição de páginas. Tal versão é disponível apenas para assinantes.

forma como os jornais surgiram, sendo um vinculado institucionalmente à UFG e outro surgido nos moldes de uma empresa de comunicação. O *Jornal UFG* é institucional pelo fato de estar vinculado diretamente a uma instituição, à universidade. Sendo uma publicação da universidade, tem o propósito primeiro de informar sobre assuntos relacionados à UFG que possam ser relevantes à comunidade interna ou externa. O jornal *O Popular* é comercial por ser privado, vendável, não distribuído gratuitamente e integrante de um grande grupo de comunicação.

Se pensarmos nessas poucas características que diferem um jornal e outro, o institucional e o comercial, o público e o privado, terão formas de administração diferente, contratação de pessoal e vínculo empregatício distintos, recursos vindos de fontes diferentes em um e outro jornal, tempo de produção e rotinas diferenciadas, enfim, são aspectos presentes em cada um dos jornais e que são pertinentes para pensarmos nas relações de aproximação e distanciamento entre o institucional e o comercial. Entretanto, como não nos limitamos nessa pesquisa a pensar somente as características e aspectos técnicos, o fato de ser institucional ou comercial em um ponto de vista discursivo revela, dentre outras questões, conflitos ideológicos, de sujeitos que se posicionam em determinado lugar e desse lugar constroem sentidos, de discursos que se atravessam, se aliam, se confrontam, enfim, pensamos nos jornais enquanto espaço de heterogeneidade, de opacidade, de dinamismo, de contradição, de movimento, de interação, na relação consigo mesmo e com o outro.

Algumas questões são interessantes para começarmos a pensar acerca dos dois jornais e dos discursos que neles se materializam. Na questão dos sujeitos, já que não há discurso sem sujeito, temos o jornalista como responsável direto pela escrita de matérias jornalísticas. Do lugar de onde fala o jornalista em cada um dos jornais, ou seja, da universidade com sua mídia institucional pública ou da mídia comercial com um veículo de comunicação privado, podemos perceber a construção de diferentes sentidos. Já que propomos aqui refletir acerca dos discursos da mídia jornalística sobre a UFG, na construção de sentidos por partes dos sujeitos, no caso do crescimento da universidade, podemos ter, por exemplo, sentidos e discursos distintos, que podem enxergar o crescimento da universidade de forma diversa, a partir da própria vinculação e posição dos sujeitos, tendo em vista aspectos históricos e ideológicos e discursos que perpassam outros discursos.

Nossa proposta é de reflexão sobre os dizeres do *Jornal UFG* no aspecto institucional universitário e do jornal *O Popular* no aspecto comercial, verificando, assim, pontos de encontro e convergência entre ambos. Dessa forma, queremos verificar enquanto objetivos de nosso trabalho, as condições de produção de um e outro periódico, o posicionamento dos

sujeitos que escrevem as matérias e dos entrevistados que são elencados, como se dá a construção dos sentidos, os aspectos ideológicos e a questão da verbo-visualidade, marca da mídia eletrônica e impressa. A partir dos dois periódicos, delimitamos nosso *corpus* de pesquisa entre os anos de 2010 a 2013 e selecionamos quatro assuntos que foram abordados por ambos os jornais e que se referem ou se vinculam à UFG⁹. Em 2010 o assunto escolhido foi o cinquentenário da UFG, em 2011 foi o Espaço das Profissões, em 2012 as obras e o crescimento da UFG e em 2013 as manifestações públicas que reivindicaram, sobretudo, melhorias no transporte e mobilidade.

A escolha dos dois jornais e a razão pela qual optamos em refletir sobre mídia, discurso e universidade decorre do fato de termos nossa atuação como jornalista na UFG, pelo fato de se tratar da maior e mais importante instituição de ensino do estado e ainda na tentativa de contribuir para a reflexão do fazer universitário no que se refere ao discurso, à mídia e a universidade. Ao mesmo tempo em que refletimos sobre discursos e sobre o jornalismo, refletimos também sobre a universidade. Assim, para pensarmos os discursos midiáticos comercial e institucional, pensamos a mídia, pensamos a universidade, pensamos a heterogeneidade, a interação, o ideológico. Pensamos nas aproximações e atravessamentos discursivos, onde o discurso da mídia jornalística sobre a UFG estará permeado por outros tantos discursos, como o estudantil, o sindical, o científico, o político, enfim. Pensamos em uma forma de ver a universidade por meio da mídia com o olhar discursivo, vivo e dinâmico, pensando nas contradições presentes nas discursividades.

⁹ A escolha dos assuntos ocorreu a partir de uma pesquisa realizada no site da Ascom, no local onde é disponibilizado o *clipping* de matérias que se referem à UFG. O serviço de *clipagem* passou a ser acessível eletronicamente a partir do final de 2009. Assim, percorremos mês a mês, ano a ano, os principais assuntos abordados pelos diversos jornais de Goiás, que de alguma forma se referiam à UFG.

CAPÍTULO 2

O DISCURSO E AS TEORIAS DA COMUNICAÇÃO E DO JORNALISMO

2.1 – O gênero jornalístico notícia

2.1.1 – Gêneros jornalísticos e Espécies discursivas

Um jornal impresso trabalha fundamentalmente com a informação, que se caracteriza por ser um produto altamente perecível, produzido muitas vezes sobre a pressão de rigorosos prazos ou mesmo ideologias e que terá como destino final o leitor. Informar significa de uma forma simples, “dar uma informação”. No caso do jornalismo, não se trata simplesmente de transmitir uma informação pura e tão somente, pois, na verdade, a ação de informar é perpassada por técnicas, ideologias, construções e discursos, e se vincula a uma complexa cadeia, uma rede informativa onde se fazem presentes diferentes sujeitos, com seus dizeres e discursos. Informar se vincula, ou mesmo poderá ser sinônimo de comunicar, noticiar. Trazendo a informação para o âmbito da comunicação social, entendemos que noticiar é um ato informativo, muito próprio do jornalismo e que se vincula ao fato de tentar suprir uma necessidade social da atualidade, que é o acesso à informação.

A definição de notícia no campo jornalístico não é muito clara e a respeito dela não há consenso por parte de pesquisadores do jornalismo. Os livros sobre teorias da comunicação e do jornalismo, bem como alguns manuais de redação de importantes jornais brasileiros trazem diferentes percepções acerca da notícia. A autora portuguesa Gradim (2000, p. 57, grifos da autora), na obra *Manual de Jornalismo* afirma que

Notícia é, pois, em princípio, tudo aquilo que um jornal publica; mas em sentido técnico, enquanto gênero, a definição de notícia é mais restrita. Referem-se a textos eminentemente informativos, relativamente curtos, claros, diretos, concisos e elaborados segundo regras de codificação bem determinadas: título, *lead*, subtítulos, construção por blocos, e em forma de pirâmide invertida.

Como podemos notar, a notícia em seu aspecto de informação jornalística é, por excelência, uma informação construída nos mais diversos meios sob a forma de textos, imagens e sons, acerca de acontecimentos. Essa construção, tendo em vista a especificidade de cada meio de comunicação, é regida por padrões e técnicas jornalísticas, presentes nas diferentes etapas da cadeia de produção de notícia, que vão desde a própria escolha daquilo que será ou não notícia, passando pela apuração dos fatos e pela construção do texto

jornalístico, submetido a regras técnicas capazes de padronizar o texto informativo da notícia, na tentativa de facilitar o trabalho jornalístico e despertar o interesse do público pela informação. A notícia, vista dessa forma é um texto informativo, no caso do jornal impresso e do jornalismo feito pela internet, acerca dos acontecimentos e que é produzido a partir de determinados padrões e técnicas. Uma notícia, de forma simplificada, se refere a um determinado acontecimento ou ocorrência que não nasce notícia, mas se torna notícia a partir do momento em que possui características para se tornar notícia. Mais adiante veremos a questão que envolve as características que o acontecimento ou pessoa deverá possuir para que então seja notícia.

Nas teorias do jornalismo e comunicação, encontramos o conceito de notícia, como dissemos, com diferentes definições. O dicionário de comunicação elaborado por Barbosa e Rabaça (1978, p. 324) traz uma definição do termo notícia, que a nosso ver atesta com clareza a questão que envolve o conceito de notícia em sua relação entre jornalismo e sociedade. “Relato de fatos ou acontecimentos atuais, de interesse e importância para a comunidade, e capaz de ser compreendido pelo público”. Sendo assim, de nada valeria a utilização de técnicas de redação e estilo por parte dos veículos de comunicação e jornalistas, se a informação não representasse para o público algo que de alguma forma poderia lhe ser útil, relevante, pertinente, interessante. Nesta relação da notícia com o acontecimento, o jornalismo, o jornalista, o veículo de comunicação e o público, a definição de notícia e suas características não são consensuais entre os profissionais e teóricos do jornalismo e, assim, conforme Traquina (2005b, p. 62)

Diversos estudos sobre o jornalismo demonstram que os jornalistas têm uma enorme dificuldade de explicar o que é notícia, de explicar quais são seus critérios de noticiabilidade, para além das respostas vagas do tipo “o que é importante” e/ou “o que interessa ao público”.

Ao falarmos de notícia, faz-se necessária uma breve reflexão sobre os gêneros jornalísticos, uma vez que a notícia, dependendo do enfoque teórico, é tida como gênero ou espécie e não apenas enquanto informação jornalística de uma forma abrangente, conforme vimos anteriormente. Ao discutir a questão dos gêneros jornalísticos, não pretendemos esgotar os aspectos que envolvem esta também polêmica noção dentro do campo jornalístico, já que os gêneros jornalísticos e suas classificações podem sofrer variações em um ou outro enfoque teórico. Uma das principais classificações para os gêneros jornalísticos no jornalismo brasileiro foi realizada em 1985 por José Marques de Melo, com base no estudo de Luiz

Beltrão, feito em 1976. Marques de Melo classifica os textos jornalísticos em dois grupos, sendo o jornalismo opinativo e o jornalismo informativo. A nós, nesse momento, interessa o jornalismo informativo, onde se encontram a nota, a notícia, a reportagem e a entrevista. De acordo com Marques de Melo (2003, p. 66)

A distinção entre a nota, a notícia e a reportagem está exatamente na progressão dos acontecimentos, sua captação pela instituição jornalística e acessibilidade de que goza o público. A nota corresponde ao relato de acontecimentos que estão em processo de configuração e por isso é mais frequente no rádio e na televisão. A notícia é um relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que já são percebidas pela instituição jornalística. Por sua vez, a entrevista é um relato que privilegia um ou mais protagonistas do acontecer, possibilitando-lhes um contato direto com a coletividade.

Outros tipo de gêneros foram acrescentados por outros pesquisadores do jornalismo e o que se tem de mais comum, além do informativo e o opinativo, são ainda os gêneros interpretativo, quando ocorre a interpretação dos acontecimentos, diversional, ainda pouco explorado e que consiste em atribuir um enfoque mais descontraído à informação e, por fim, o gênero utilitário, que reúne serviços diversos, tais como cotações e previsões meteorológicas. Outra corrente teórica onde se encontra o pesquisador Manuel Carlos Chaparro (2008) vai radicalmente contra a divisão em jornalismo opinativo e jornalismo informativo. Nascido em Portugal e residente no Brasil, Chaparro (2008) discute a questão dos gêneros jornalísticos na obra *Sotaques d'aquém e d'além-mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos* com base, não apenas em um diálogo diretamente com Marques de Melo, mas também com as referências brasileiras e portuguesas acerca dos gêneros jornalísticos, onde busca construir por meio de observações e análises, com base em uma trajetória histórica, algumas reflexões sobre o jornalismo brasileiro e o jornalismo português no que se referem aos gêneros jornalísticos. Desta forma, para Chaparro (2008), os gêneros jornalísticos são, na verdade, formas discursivas pragmáticas. Historicamente, a discussão apontada por Chaparro (2008) mostra que, pela própria simpatia dos jornalistas brasileiros pelo jornalismo norte-americano, no Brasil, o jornalismo esteve muito mais próximo do modelo norte-americano, seja na gestão de empresas, no ensino, na estruturação e na apresentação do texto jornalístico, enquanto no modelo português, a proximidade maior se dava com o jornalismo francês, onde as informações assumem caráter mais argumentativo, ao passo em que no modelo norte-americano ocorre um caráter mais descritivo. Para Chaparro (2008), não há mais como separar o opinativo do informativo e na realidade um estará contido no outro, com a formação

de textos onde informação e opinião se fundem. Desta forma, os gêneros formam na realidade espécies discursivas. De acordo com Assis (2010, p. 17), Chaparro (2008) e Marques de Melo (2003)

Partem de perspectivas teóricas díspares. Ou seja: enquanto Marques de Melo foca sua classificação na intencionalidade do material jornalístico, Chaparro prima pela estrutura linguística do discurso. Não é à toa que os autores utilizem diferentes nomenclaturas (gênero, formato, espécie) para definir um mesmo texto (ou um mesmo conjunto de textos) publicado pela imprensa.

Para Chaparro (2008), os gêneros seriam então o comentário e o relato, sendo que o primeiro se divide em espécies argumentativas e espécies gráfico-artísticas e o segundo se divide em espécies narrativas e espécies práticas. As espécies argumentativas são constituídas por artigo, carta e coluna e as espécies gráfico-artísticas são formadas pela caricatura e charge. Já nas espécies narrativas encontramos reportagem, notícia, entrevista e coluna e nas espécies práticas, o que ocorre são roteiros, indicadores, agendamentos, previsão do tempo, orientações úteis e carta-consulta. Como aqui trabalhamos, sobretudo, com notícia e reportagem, Chaparro (2008, p. 182) diferencia notícia de reportagem, informando que a primeira descreve um fato jornalístico relevante, que se esgota em si e que para ser compreendida necessita apenas das próprias informações que o fato contém; ao passo que a segunda trata-se de um relato jornalístico, com aprofundamento, polêmicas, complementações sendo, portanto, mais amplo. Além de Marques de Melo (2003) e Chaparro (2008), apenas citamos alguns autores, a exemplo de Cremilda Medina (1978) e Nilson Lage (2002), que também, contribuem para a reflexão sobre os gêneros jornalísticos com outras classificações ou desdobramentos de gêneros ou espécies.

O que pretendemos dizer até aqui é que existem diversidades quanto à classificação dos gêneros jornalísticos, sobretudo, a partir dos trabalhos de Marques de Melo (2003) e Chaparro (2008), que irão apontar para perspectivas diferentes. A diversidade de noções, definições e conceituações é algo muitas vezes extremamente presente no estudo do jornalismo brasileiro. Como dissemos, nossa proposta é mostrar que existem diferentes perspectivas quando falamos em gêneros jornalísticos. Não pretendemos abordar de forma mais aprofundada, ao menos para este trabalho, os tipos de gêneros ou espécies jornalísticas, entretanto, pela proximidade com os aspectos que envolvem os estudos da linguagem, entendemos que a concepção de espécies discursivas abordadas por Chaparro (2008) são, para este trabalho, mais adequadas para pensarmos acerca da notícia, da reportagem e da entrevista, espécies

discursivas mais recorrentes em nosso *corpus* de pesquisa, que consiste na análise de matérias jornalísticas sobre a UFG nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*.

O que Chaparro (2008) pretende com o que ele chama de conexões teóricas é mostrar que existem apenas dois gêneros jornalísticos, comentário e relato, e que em torno destes se organizam as espécies e subespécies. Para a construção dessa proposta, o autor afirma que o jornalismo, enquanto ferramenta de intervenção social utiliza a linguagem como forma de interagir e intervir no mundo e que não se divide em opinião e informação e sim em esquemas, que são argumentação e narração, sendo o primeiro para relatar e o segundo para analisar a complexidade dos fatos. Chaparro (2008) recorre teoricamente à pragmática, à filosofia e à literatura. Assim, entende que os gêneros são ferramentas para o sucesso de interlocuções sociais no jornalismo, que procuram garantir eficácia ao que se escreve e se diz e que ainda são úteis ainda para orientar o processo de leitura.

Ao tratarmos dos gêneros jornalísticos, sendo nossa proposta tentar estabelecer diálogos entre o discurso e as teorias da comunicação e do jornalismo, não podemos deixar de recorrer a Bakhtin que, em *Estética da Criação Verbal*, trata de forma mais detalhada a respeito dos gêneros do discurso. Bakhtin (1997, p. 280, grifos do autor) afirma que “cada esfera de utilização da língua elabora seus *tipos relativamente estáveis* de enunciados, sendo isso que denominamos *gêneros do discurso*”. A infinidade de atividades humanas e a consequente utilização da língua por parte de cada atividade é o indício de que os gêneros do discurso são extremamente heterogêneos, complexos, passíveis de alterações e complementações, com a existência de gêneros que se complementam ou até mesmo de determinados gêneros que desaparecem enquanto outros surgem. Sendo assim, em um olhar bakhtiniano sobre os gêneros do discurso e as espécies discursivas, percebemos que o jornalismo enquanto atividade de informação que possui estreita vinculação com a sociedade, historicamente foi se constituindo e se constitui enquanto atividade de comunicação social a partir da interação social, em meio a este território dialógico, considerando-se os aspectos sociais, históricos e ideológicos.

O jornalismo, a partir de suas próprias necessidades técnicas, que consiste em estabelecer diferenciações e demarcar as características pertinentes aos dizeres jornalísticos, organizou o que se chama de gêneros jornalísticos, para Marques de Melo (2003) e espécies discursivas, para Chaparro (2008). Entretanto, não se trata de mero aparato técnico, que nos permite distinguir este ou aquele gênero ou espécie, mas sim de uma relação entre gêneros ou espécies e enunciados jornalísticos, que leva em conta o contexto enunciativo da comunicação, os dizeres produzidos pelos sujeitos e a própria relação estabelecida entre o

jornalista e o público, entre a sociedade e a linguagem, em um processo dialógico, onde temos também a própria relação entre gêneros ou espécies que, como dissemos, são passíveis de alterações, por seu caráter heterogêneo. Quando o discurso midiático jornalístico e o discurso científico acadêmico, por exemplo, estabelecem aproximações e distanciamentos nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*, temos que ambos se tocam, se atravessam e entrecruzam, onde o científico, por exemplo, necessita do jornalístico a fim de que ganhe dimensão midiática e assim, buscam se complementar. Aquilo que faltaria ao científico para estar presente nos jornais de forma compreensível ao público, surge graças ao diálogo com o jornalístico. Assim, ambos se complementam, necessitam um do outro, no sentido de se alcançar ou tentar alcançar determinado propósito. Conforme Machado (2008, p. 157), “a intenção do autor se realiza em função de uma escolha efetuada dentre as formas estáveis dos enunciados. Com isso, Bakhtin afirma a importância do contexto comunicativo para assimilação do repertório de que se pode dispor para enunciar determinada mensagem”.

Bakhtin (1997, p. 281) irá dividir os gêneros do discurso em primários e secundários, sendo nos primários, também chamados de simples, onde se encontra a comunicação do cotidiano, de caráter mais coloquial, enquanto os secundários ou complexos possuem perfil mais elaborado, onde se situa, por exemplo, o discurso científico, político e jornalístico. Os gêneros primários e secundários se relacionam entre si, onde “gêneros secundários absorvem e transmitem os gêneros primários” enquanto “gêneros primários, ao se tornarem componentes dos gêneros secundários, transformam-se dentro destes e adquirem uma característica particular: perdem sua relação imediata com a realidade existente e com a realidade dos enunciados alheios” (BAKHTIN, 1997, p. 281). Assim como os demais gêneros discursivos, os gêneros jornalísticos, especificamente, expressam também este aspecto de complexidade, de flexibilidade à mudança, alteração, ausência, enfim. Sendo um gênero secundário, os gêneros ou espécies jornalísticas são atravessadas pelo gênero primário, ou seja, pelos dizeres das ruas, dos grupos, das pessoas de um modo geral, e na medida em que ambos se entrecruzam e estabelecem aproximações, distanciamentos ou neutralidades, se estabelecem relações que se fazem presentes no discurso jornalístico. Para Bakhtin (1997, p. 302):

Os gêneros do discurso organizam nossa fala da mesma maneira que a organizam as formas gramaticais (sintáticas). Aprendemos a moldar nossa fala às formas do gênero e, ao ouvir a fala do outro, sabemos de imediato, bem nas primeiras palavras, pressentir-lhe o gênero, adivinhar-lhe o volume (a extensão aproximada do todo discursivo), a dada estrutura composicional, prever-lhe o fim, ou seja, desde o início, somos sensíveis ao todo discursivo que, em seguida, no processo da fala,

evidenciará suas diferenciações. Se não existissem os gêneros do discurso e se não os dominássemos, se tivéssemos de criá-los pela primeira vez no processo da fala, se tivéssemos de construir cada um de nossos enunciados, a comunicação verbal seria quase impossível. (BAKHTIN, 1997, p. 302).

Os gêneros do discurso, na perspectiva apontada por Bakhtin, organizam e tornam a comunicação facilitada. Assim, quando pensamos no amplo universo de gêneros discursivos, podemos citar, por exemplo, um tipo de gênero do discurso que *a priori*, refere-se à informação jornalística, presente em jornais impressos ou eletrônicos. Já na abordagem proposta pelos pesquisadores da comunicação e do jornalismo, temos os gêneros jornalísticos ou espécies discursivas, conforme a abordagem teórica, também com o papel organizador e facilitador da construção da informação midiática, nesse caso, com olhar específico para a atividade jornalística. O jornalista, a partir da notícia, da reportagem ou da entrevista, terá condições de moldar seus dizeres à determinada espécie discursiva, o que tende a facilitar e organizar o trabalho jornalístico. Esse aspecto se dará também para o público, já que na perspectiva bakhtiniana, é sempre necessário pensar os discursos em sua relação dialógica, em resposta a algo, como ocorre com o próprio jornal que se dirige a um público. Isto quer dizer que, a partir das características e da estrutura das espécies discursivas, o público poderá ter noção se determinada matéria se refere a uma ou mais espécies, a exemplo da notícia, da reportagem ou da entrevista, podendo assim, construir sentidos e estabelecer uma interação mais produtiva com a informação e com os sujeitos presentes nos dizeres dos jornais. Em sua perspectiva dialógica, Bakhtin (1997, p. 291, grifos do autor) nos lembra que “o desejo de tornar seu discurso inteligível é apenas um *elemento* abstrato da intensão discursiva de um *todo*”, de onde há que se considerar a perspectiva de uma língua viva, dinâmica, em determinado contexto.

A comunicação e o jornalismo, compostos por seus diferentes gêneros ou espécies, tendo em vista a classificação que se queira adotar, a partir do trabalho realizado pelos teóricos do jornalismo que mencionamos anteriormente, do ponto de vista da organização do trabalho jornalístico, das características próprias a cada gênero ou espécie, são relevantes para a reflexão e prática jornalística. Tentamos, entretanto, buscar um viés discursivo, apoiado nas contribuições de Bakhtin sobre *O enunciado, unidade da comunicação verbal*, tópico que compõem a obra *Estética da Criação Verbal* (1997), e assim entendemos que não se trata de mera transmissão de informação, feita de forma passiva onde emissor emite a mensagem e o receptor tão somente a recebe. Nas palavras de Bakhtin (1997, p. 290, grifos do autor)

A compreensão de uma fala viva, de um enunciado vivo é sempre acompanhada de uma atitude *responsiva ativa* [...]. A compreensão passiva das significações do discurso ouvido é apenas o elemento abstrato de um fato real que é o todo constituído pela *compreensão responsiva ativa*.

Assim, para Bakhtin (1997, p. 291), “cada enunciado é um elo da cadeia muito complexa de outros enunciados”. Quando então falamos das notícias de um jornal, é sempre provável que aquilo que é noticiado, que o discurso jornalístico a partir de seus gêneros ou espécies, remeta a outros enunciados. O próprio fato de remeter, reportar a um fato acontecido recentemente ou no exato instante em que ocorrem os fatos, revelam as diferentes vozes, os diferentes discursos, presentes no jornalismo, na construção da matéria jornalística, fortemente marcada e atravessada pela presença do outro, de sujeitos, de enunciados, enfim, da heterogeneidade. Conforme Bakhtin (1997, p. 314)

Nossa fala, isto é, nossos enunciados (que incluem as obras literárias), estão repletos de palavras dos outros, caracterizadas, em graus variáveis, pela alteridade ou pela assimilação, caracterizadas, também em graus variáveis, por um emprego consciente e decalcado. As palavras dos outros introduzem sua própria expressividade, seu tom valorativo, que assimilamos, reestruturamos, modificamos.

Nesta perspectiva, temos os enunciados sempre atravessados e constituídos por outros discursos. O jornalista do *Jornal UFG*, por exemplo, encontra-se em um contexto de serviço público e de universidade. Sendo assim, constrói seus dizeres neste ambiente de presença da instituição e dos sujeitos e dizeres que compõem a universidade. O discurso científico, por exemplo, irá estabelecer diálogos com o discurso da mídia jornalística, com o discurso administrativo, estudantil e toda essa heterogeneidade irá compor os dizeres sobre a UFG na mídia jornalística. Nessa perspectiva bakhtiniana de que os enunciados são respostas a enunciados anteriores em um determinado contexto, nas notícias, reportagens ou entrevistas, podemos constatar esse aspecto responsivo. Se um dirigente, por exemplo, afirma que a universidade tem experimentado um crescimento exponencial e um líder estudantil, por sua vez, afirma que os investimentos são insuficientes, temos respostas à questão do crescimento da UFG. Da mesma forma a matéria jornalística pode ter surgido e se refere a uma necessidade de divulgação da instituição, a necessidade de informação do público, a uma prestação de contas à sociedade, enfim. No processo de construção da informação jornalística, as escolhas feitas pelos sujeitos, bem como a forma como constroem seus dizeres, nos fazem refletir acerca de questões como,

A quem se dirige o enunciado? Como o locutor (ou o escritor) percebe e imagina seu destinatário? Qual é a força da influência deste sobre o enunciado? É disso que depende a composição, e, sobretudo o estilo, do enunciado. Cada um dos gêneros do discurso, em cada uma das áreas da comunicação verbal, tem sua concepção padrão do destinatário que o determina como gênero. (BAKHTIN, 1997, p. 321)

Se os gêneros do discurso possuem este caráter organizador, podemos pensar também que no caso do jornalismo, os gêneros jornalísticos organizam e facilitam o fazer jornalístico, caracterizando os textos, tornando-os mais ou menos padronizados. Para Bakhtin (1997, p. 301) “o querer-dizer do locutor se realiza acima de tudo na *escolha de um gênero discursivo*. Depois disso, o intuito discursivo do locutor [...] adapta-se e ajusta-se ao gênero escolhido, compõe-se e desenvolve-se na forma do gênero determinado”. Quando mobilizamos, por meio de um diálogo entre teorias, o pensamento bakhtiniano para pensarmos os gêneros jornalísticos ou espécies discursivas, concluímos que o jornalista “escolhe” determinada forma de construção da matéria e se ajusta ou procura se ajustar ao gênero ou espécie escolhida. Com relação ao público, Maingueneau (2001, p. 64) irá dizer que os gêneros do discurso fazem com que se reconheça facilmente um enunciado, como sendo, por exemplo, uma peça publicitária ou um relato científico, o que se considera um fator de economia linguística. Também, no que concerne à utilidade dos gêneros, estes asseguram a comunicação, havendo, por exemplo, de se compreender que quando se diz que determinado assunto será abordado em uma nota no jornal, sabe-se que se trata de um texto breve, curto, e isso pode ser um fator importante para o jornalista, o público e o entrevistado, por já conhecerem ou estarem informados sobre as características e formato desse tipo de texto jornalístico.

Queremos discorrer a seguir sobre questões que envolvem a notícia, a reportagem e a entrevista - pensadas até aqui em aproximações, sobretudo, com as noções de espécies discursivas, refletindo também acerca dos aspectos técnicos, dos critérios jornalísticos para que se escolha determinado fato e a forma como esse será tratado e apresentado ao público, sem deixar de lado a perspectiva discursiva. A discussão sobre as notícias, reportagens e entrevistas será pertinente ainda no momento das análises, como um dos aspectos que serão observados, dentro de um contexto discursivo.

2.1.2 – Noticiar

Pretendemos nos deter nas reflexões sobre o que será levado ao público, ou seja, sobre o que será noticiado, pensando aqui na notícia relacionada à noção de informação jornalística. “A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas -, para adquirir a existência pública de notícia” (WOLF, 2008, p. 195). A partir da consistência de notícia, que atribui ao fato ou pessoa o *status* de informação jornalística, tendo em vista parâmetros técnicos e teóricos, queremos pensar como se processa a seleção, a apuração e a disponibilização das notícias. Sobre os critérios e escolhas jornalísticos para as notícias,

Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 2008, p. 196)

Entender como funcionam esses critérios é importante para que possamos empreender, no capítulo seguinte, à análise dos dizeres midiáticos dos jornais *O Popular* e *Jornal UFG* a respeito da universidade, já que pretendemos, aqui, estabelecer algumas conexões entre jornalismo e discurso, no sentido de buscar uma melhor compreensão do fenômeno discursivo midiático. Onde e de que forma publicar determinada notícia? Com que critérios são definidos o que é ou não notícia? A melhor opção para se abordar o assunto poderá ser uma reportagem, uma entrevista, uma nota? Essas questões, que despertam a atenção dos teóricos do jornalismo e dos Manuais, tiveram reflexões mais significativas na Teoria da Comunicação pelo chamado *gatekeeper*¹⁰ e pelo *newsmaking*¹¹, que são critérios de noticiabilidade, vinculados à rotina de produção jornalística, onde se relacionam aspectos da cultura profissional e da organização do trabalho e segundo Wolf (2008, p. 195),

Nesse quadro, o entrelaçamento entre as características da organização do trabalho nos aparatos da mídia e elementos da cultura profissional é absolutamente restrito e vinculador, e isso define justamente o conjunto de características que os eventos devem possuir (ou apresentar aos olhos do jornalista) para poder ser transformado em notícias.

¹⁰ Teoria surgida nos Estados Unidos na década de 50 que acredita que a produção da informação jornalística é um processo onde o fluxo de notícias passa, necessariamente, por portões (*gates*), até a sua disponibilização ao público.

¹¹ Trata-se de uma teoria que afirma que as notícias obedecem a uma rotina industrial que acaba também determinando as formas como as notícias são. Assim, temos um processo industrial com a execução de algumas tarefas ou passos na produção das notícias. Dessa forma, adota-se uma série de critérios como valores-notícia, grau de noticiabilidade, dentre outros.

Quais acontecimentos são importantes? Esta resposta na perspectiva do *newsmaking* se caracteriza por atribuir à atividade jornalística rotinas que agem diretamente sobre a prática jornalística, para a qual se pretende dar certa organização à atividade cotidiana de jornalistas, certa estabilidade para uma atividade, uma vez que os acontecimentos são quase sempre instáveis, heterogêneos e complexos. O que será ou não notícia, estará, portanto, em estreita vinculação com os jornalistas e com a forma como se organiza a atividade para esta teoria.

Os valores-notícia se referem a atributos que serão observados no acontecimento e a partir da observação destes, será possível decidir sobre noticiar ou não no jornal o acontecido. Para Wolf (2010, p. 204), “os valores-notícia devem permitir uma seleção do material, feita apressadamente, de modo quase ‘automático’, caracterizada por um certo grau de flexibilidade e de comparação, que seja defensável *postmortem*¹² e, sobretudo, que não esteja suscetível de muitos obstáculos”. O que se pretende então com a aplicação dos valores-notícia no cotidiano jornalístico é criar um direcionamento, a fim de que o jornalista possa se decidir em um curto espaço de tempo, a partir de determinados critérios que são observados no acontecimento, o que será ou não notícia. Obviamente que não se trata de algo que ocorre de forma simples e reducionista, e o que pode ser observado no ato de noticiar ou não, são aspectos éticos, ideológicos, econômicos, políticos, dentre outros. Os valores-notícia e a seleção de notícias são componentes da noticiabilidade, entretanto, é importante que se diferencie ambos, na medida em que a seleção se refere ao conceito *gatekeeper* ou selecionador de notícias, que trabalha com a ideia de que

O processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (TRAQUINA, 2005a, p. 150, grifos do autor)

Portanto, a seleção de notícias pelo aspecto do *gatekeeper* refere-se ao fato de que um indivíduo ou grupo será responsável ou terá o poder de decidir sobre o que será ou não notícia, ou seja, trata-se de uma abordagem muito mais centrada na subjetividade do jornalista, em critérios muito mais focados em aspectos relativos a orientações e valores profissionais, em detrimento do público. Já os valores-notícia, como dissemos, referem-se a

¹² Seleção esta que permita certo grau de flexibilidade e comparação do material escolhido, que seja também defensável *postmortem*, no sentido de que seja possível discorrer a qualquer tempo sobre os critérios que levaram à escolha ou não de determinado assunto.

critérios utilizados pelo jornalista, que se referem diretamente ao acontecimento. Como lembra Wolf (2008, p. 207), os valores-notícia não são necessariamente critérios rígidos e que não estão submetidos a mudanças ou ao acompanhamento dos aspectos sociais e culturais. A prova disso é que ao longo da própria história da sociedade e dos veículos de comunicação, alguns temas que antes, talvez, não se encaixariam necessariamente dentro do aspecto de notícia, passaram a compor os noticiários, onde os critérios de noticiabilidade foram estendidos para outras áreas, que tem resultado na cobertura, por exemplo, de forma mais rotineira e especializada, dos aspectos que envolvem os espetáculos culturais.

As qualidades que permitem que algo se torne notícia foram apontadas de forma pioneira por Galtung e Ruge que, em 1965, definiram 12 atributos que o fato deverá possuir para que se torne notícia. Vejamos quais são eles:

Em resposta à pergunta “como é que os acontecimentos se tornam notícia” Galtung e Ruge enumeram doze valores-notícia: 1) a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou falta da ambigüidade; 4) a significância; 5) a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; 12) a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good News”. (GALTUNG e RUGE *apud* TRAQUINA, 2005b, p. 69-70)

Na sequência dos estudos de Galtung e Ruge, outras reflexões teóricas acerca dos valores-notícia foram realizadas. Traquina (2005b), Chaparro (1994), Lage (2001) e Erbolato (1991), dentre outros, elencaram em suas reflexões as características que o fato deverá ter para que se torne notícia e a partir das observações de Galtung e Ruge *apud* Traquina (2005b), elementos foram acrescentados, retirados ou substituídos. Queremos destacar, no que se refere aos valores-notícia a partir do trabalho pioneiro de Galtung e Ruge *apud* Traquina (2005b), as reflexões empreendidas por Wolf (2008) que agrupou os atributos que serão observados no acontecimento que se candidata a tornar-se ou não notícia. Os critérios elencados por Wolf (2008) são substantivos, relativos ao produto, relativos ao meio, relativos ao público e relativos à concorrência. Vejamos de forma sucinta cada um deles. Para os critérios substantivos, Wolf (2008, p. 208-214) afirma que este critério se refere à importância e interesse da notícia, que está relacionada aos sujeitos que estão envolvidos na notícia no ponto de vista hierárquico. Outro item é o impacto, ou seja, a influência que a notícia pode causar, a

quantidade de pessoas envolvidas no fato e o caráter do acontecimento em ser relevante e significativo para desenvolvimentos futuros.

Quanto aos critérios relativos ao produto, estes se referem à facilidade de acesso e características do fato. Pelo primeiro, conforme Wolf (2008, p. 214-219), entendemos a questão que envolve o acesso ao fato, sua possibilidade de ser trabalhado, coberto jornalisticamente. Quanto ao segundo, ou seja, com relação às características específicas da notícia, é enumerada a ideologia da notícia, entendida aqui como quanto mais inesperado e insólito for o fato, maior sua possibilidade de se tornar notícia. Outro ponto é a novidade, que está vinculada ao caráter factual e perecível da notícia e, por fim, a qualidade e o balanceamento, que seria o equilíbrio do noticiário como um todo. Os critérios relativos ao meio se referem ao suporte onde a notícia é veiculada e, para Wolf (2008, p. 219-222) são importantes o equilíbrio entre texto, imagem e voz, o nível de semelhança da frequência entre acontecimento e suporte e, por fim, o formato, onde as notícias se adaptam ao tipo de suporte. Quando se refere ao público, os critérios fazem menção à imagem que se tem do público e, segundo Wolf (2008, p. 222- 224), estes são, talvez, os mais difíceis e contrastantes critérios, já que se conhece pouco do público que, por sua vez, é extremamente heterogêneo e complexo. Finalmente, os critérios relativos à concorrência tratam da competição, do caráter comercial dos veículos de comunicação que, para Wolf (2008, p. 224-228), fazem com que as mídias se envolvam em um ambiente de disputa e rivalidade.

O que podemos perceber é que existem filtros, critérios e metodologias que são aplicados ao fato, para que ele se torne notícia. Avançando na questão, sabendo da existência destes critérios que envolvem a rotina de produção jornalística e nos atentando a uma abordagem discursiva, a notícia, enquanto produto informativo e também discursivo, é atravessada por discursos, é constituída por diferentes e diversos sujeitos, é marcada pela heterogeneidade, em um ambiente onde os sentidos são construídos, a partir de posições discursivas, ideologias, contexto sócio-histórico, enfim. Neste contexto histórico, social e ideológico, o que se encontra nas páginas do jornal em sua versão impressa ou eletrônica, se constitui e é influenciado pelo movimento da língua, o acontecimento ganha caráter discursivo. Charaudeau (2012, p. 132, grifos do autor) define a notícia como “um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo *espaço temático*, tendo um caráter de *novidade*, proveniente de uma determinada *fonte* e podendo ser diversamente tratado”. O autor explica que o espaço temático se vincula à inserção do fato no domínio público, a novidade refere-se aos elementos novos relativos ao fato, a fonte se relaciona à credibilidade ou não da fonte de informação e o tratamento quer dizer que a informação receberá um tratamento onde se

descreve, reporta e analisa os fatos. No processo de definição sobre o que será ou não notícia e ainda no processo de construção da notícia, o fator tempo, não apenas da veiculação da notícia em si, enquanto produto efêmero, mas também do processo de construção da notícia, é um fator que tem atuação direta no trabalho jornalístico e na própria descrição dos fatos. Dependendo do espaço, da intenção e do tempo, o produto final poderá ser uma reportagem aprofundada e contextualizada ou mesmo poderá ser uma simples nota curta e breve.

Quanto à seleção dos acontecimentos e a contribuição de Charaudeau (2012, p. 137-138) para se pensar os dizeres da mídia e a atividade jornalística pelo viés discursivo, dois tipos de critérios são utilizados na seleção dos fatos, sendo um critério externo e outro interno. Os externos se referem à aparição do acontecimento, que se divide em três grupos: o acontecimento que surge, ou seja, aquele que é factual e inesperado; o acontecimento que é programado, onde se encontram os fatos agendados, esperados e previstos; o acontecimento que é suscitado, quer dizer, aquele que é provocado, sobretudo na esfera política, e que tem o propósito de desviar a atenção de um problema em si para um acontecimento. Note-se que o foco está diretamente vinculado ao acontecimento, ao exterior que penetra o ambiente das redações jornalísticas. Nos aspectos internos, estes são próprios da instância midiática, aqueles operados pela mídia e por seus agentes, que estão, de certa forma, mais suscetíveis ao controle por parte da mídia. Aqui são utilizados os critérios de importância, que podem se aproximar até certo ponto dos valores-notícia, que se referem ao olhar que a mídia lança sobre os fatos e, assim, alguns aspectos como atualidade, proximidade, potencial de interesse da informação, serão características da notícia. Para Charaudeau (2012, p. 138-142), não apenas critérios, digamos, mais perceptíveis e até mesmo objetivos se fazem presentes na decisão de noticiar ou não determinado acontecimento.

Do ponto de vista jornalístico, a UFG é uma instituição de ensino, pesquisa e extensão, onde não apenas circulam pessoas ou onde o conhecimento é produzido, mas onde circulam informações, sejam administrativas ou acadêmicas. Algumas destas informações poderão afetar ou interessar a certos segmentos da sociedade ou mesmo a grupos mais amplos. Tais informações, sobretudo aquelas que visam divulgar a universidade, seja para a inscrição de um curso, a oferta de um serviço à comunidade, o andamento e resultado de uma pesquisa ou mesmo algum aspecto que seja considerado negativo, como problemas em obras físicas, ao saírem do âmbito mais íntimo, aquele que se vincula mais aos laboratórios, núcleos de pesquisa e gabinetes, ao ganhar contornos de informação pública, tornam-se suscetíveis de serem ou não transformadas em conteúdo jornalístico informativo. Do ponto de vista institucional, veremos em outro tópico que a gestão e o cuidado com a informação na UFG é

tarefa da Assessoria de Comunicação que, dentre as inúmeras atribuições conferidas a este setor, é responsável pelo relacionamento com a mídia. Aquilo que os jornalistas da Assessoria, baseados em critérios de noticiabilidade julgam ser notícia, chega de alguma forma à mídia, seja ela vinculada institucionalmente à universidade ou não. Assim, uma das formas as quais a UFG é notícia, ou os acontecimentos ou pessoas que se vinculam a universidade são notícias, está relacionado a este processo ao qual a Assessoria enquanto órgão de comunicação institucional constrói a notícia e distribui diretamente ao público ou à imprensa. Em outro aspecto, sem que haja a interferência da comunicação institucional, a mídia não vinculada diretamente à UFG, a partir de pessoas, de acontecimentos e mesmo de questões sociais que de alguma forma demandam a participação da universidade, constrói notícias sobre a instituição, entretanto, de uma forma não mais articulada por uma Assessoria, mas em um contato que se faz, por exemplo, diretamente com o estudante da UFG envolvido em uma manifestação estudantil. A UFG, enquanto notícia, enquanto informação jornalística, nestes dois aspectos que pontuamos, será notícia pela ação de uma Assessoria de Comunicação ou por um acontecimento ou pessoa vinculada à instituição que seja entendido pela mídia como algo de interesse público.

Os aspectos que mencionamos são permeados por questões técnicas, que implicam em critérios de noticiabilidade, conforme já dissemos. Assim, para o *Jornal UFG*, certamente, dentre os critérios que levam a escolher se determinado acontecimento será notícia, além das questões propriamente técnicas do jornalismo, estão as questões administrativas e acadêmicas, que serão levadas em conta na decisão de noticiar ou não. Por exemplo, quando se fala de investimentos em obras, tem-se um fato com o qual se constrói a notícia, ou seja, as obras, o impacto delas para o público, suas etapas e benefícios, mas tem-se também, a prestação de contas do dinheiro público, o aspecto administrativo, de mostrar não apenas a obra, mas a atuação de uma gestão à informando sobre o andamento da obra, valor dos investimentos e utilização dos espaços físicos. O jornal *O Popular*, sua vez, poderá ter sido “despertado” a noticiar a questão que envolve obras na UFG, também por meio de questões técnicas, dos critérios de noticiabilidade, entretanto, não atrelado a questões administrativas diretamente. Tais questões até poderão ser abordadas na fala de um gestor da instituição, mas não da mesma forma como retratada pela mídia institucional. Também o motivador do acontecimento obras, que no jornal universitário estará mais vinculado à instituição e a prestação de contas, no jornal comercial, poderá ser um fator secundário, que surge como desdobramento de um fato principal. Quando se afirma, por exemplo, que no ano em que a UFG comemora seu cinquentenário o aniversário da UFG, enquanto motivador da cobertura

jornalística, em princípio acaba por se desdobrar em outros assuntos que até mesmo acabam substituindo ou tendo muito mais repercussão do que o fato principal em si. Ao procedermos à análise de discursos sobre a UFG, nos ateremos em maior profundidade nos dizeres dos dois jornais e teremos a oportunidade de trazer trechos dos dizeres de *O Popular* e do *Jornal UFG* a fim de procedermos à reflexão.

Mas, porque razão se noticiar ou não determinado acontecimento? Para Charaudeau (2012, p. 139), a hipótese do *agenda-setting*¹³ ajuda a explicar a razão de se noticiar ou não determinado acontecimento. **A hipótese do *agenda-setting* formulada por Mc Combs e Shaw (2009) se vincula aos efeitos** limitados e refuta a tese dos efeitos limitados, como ocorre, por exemplo, na teoria hipodérmica, onde a mídia era comparada a uma agulha hipodérmica que injetava seus conteúdos no público que reagia de forma igual à determinada mensagem. A hipótese do *agenda-setting* explica que os fatos que chegam ao conhecimento cotidiano do público são possíveis graças à mídia, que oferece uma espécie de cardápio e, ao determinar o *menu* servido ao público, outros acontecimentos serão suprimidos e não chegariam ao conhecimento do público. O que Charaudeau (2012) discute é exatamente o fato de que não se trata de mera causa e efeito, uma vez que no interior do processo em si, interesses, sobretudo da esfera política e econômica, se fazem presentes e além do mais, o agendamento não se vincula apenas aos fatos, mas, também, ao tratamento dado a estes, não se pensa somente o fato, mas à forma como é abordado, discutido, tratado pela mídia.

Assim, não somente critérios que visam selecionar do ponto de vista da noticiabilidade os acontecimentos se fazem presentes na construção da notícia. Ser ou não notícia é muito mais do que escolher e construir a informação. É também um posicionamento, uma ação ideológica, realizada por sujeitos que atravessam e constituem todo o processo de construção da notícia sendo ainda esses sujeitos, atravessados e constituídos por experiências, discursos e conhecimentos diversos. Portanto, a questão é também discursiva, já que entendemos que muito além da notícia, do ato de informar, discursos são construídos, sejam em relação de aliança ou antagonismo e mais do que isso, sentidos sobre os acontecimentos presentes nos jornais são construídos por sujeitos que se movem em relações discursivas. Abordar nas páginas do jornal um evento que tem como principal proposta abrir as portas da universidade, sobretudo, para o estudante do ensino médio, é trazer informações sobre o acontecimento, mas também perceber nos dizeres dos sujeitos presentes na matéria, os diferentes discursos

¹³ Hipótese que surge nos anos 70 nos Estados Unidos com os pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw. Os estudos em sua maioria foram aplicados em períodos de campanhas eleitorais. Trata dos efeitos da comunicação de massa onde a mídia realiza o agendamento, ou seja, determina aquilo que será falado e discutido pela sociedade.

que atravessam e constituem esses sujeitos, o contexto social, histórico e ideológico que se faz presente na construção dos sentidos e o próprio movimento e articulação dos discursos.

A decisão de noticiar ou não determinado acontecimento, de fato, no que se refere à rotina de produção jornalística, à utilização de técnicas facilita e organiza o trabalho, entretanto, entendemos que não são apenas técnicas garantidoras da execução da atividade e que se atrelam, por exemplo, à questão do tempo e da competitividade, mas acreditamos que a notícia é uma construção, um processo no qual o material bruto, passa por uma lapidação ou no qual o “edifício” que podemos chamar de notícia é construído, desde sua base ao acabamento, envolvendo aspectos técnicos, humanos e financeiros, sendo não apenas mera aplicação ou controle dos mesmos, mas também do olhar que é lançado sobre o acontecimento. Podemos perceber que nesta relação, os olhos necessariamente são fisiológicos, mas o olhar é discursivo.

A seleção, por sua vez, se desdobra na hierarquização, que seria a escolha, seja na versão impressa ou eletrônica do jornal, das notícias consideradas mais importantes dentro de uma determinada edição. Tais escolhas relacionadas à notícia, ou seja, a informação jornalística refere-se, por exemplo, a qual seria atribuído o *status* de manchete, de destaque na página impressa ou eletrônica e quais outras matérias entrariam na capa do impresso ou na página inicial da internet e como seria a disposição das matérias dentro das editorias impressas ou eletrônicas. Portanto, a seleção de notícias pelo aspecto do *gatekeeper* refere-se ao fato de que um indivíduo ou grupo, será responsável, ou terá o poder de decidir sobre o que será ou não notícia. Vejamos a questão que envolve acontecimento e jornalismo.

2.2 – Jornalismo e acontecimento discursivo

2.2.1 – O jornalismo

Como tratamos neste trabalho do discurso da mídia jornalística, entendemos ser pertinente abordar neste tópico algumas questões acerca do jornalismo, sobretudo enquanto atividade de comunicação social, voltada à informação. Procuramos refletir brevemente acerca da ligação entre jornalismo e comunicação e, ainda, tentamos refletir de forma breve sobre o atual cenário do jornalismo brasileiro. Entrando no universo do jornalismo, tomamos maior liberdade e entendemos pisar em um terreno mais seguro para se discutir a questão do acontecimento, termo em constante uso pelo jornalismo e pelos jornalistas.

Muito se fala ou se utiliza no jornalismo o termo *acontecimento* referindo-se aos fatos, entretanto, para o jornalismo, não são todos os fatos que despertam atenção ou merecem

cobertura pela mídia. O acontecimento, o fato, possui contornos de acontecimento jornalístico quando sobre ele é lançado o olhar jornalístico, que consiste em selecionar dentre os inúmeros acontecimentos, aqueles que na ótica dos jornalistas e das empresas de comunicação mereçam destaque, ou seja, que serão publicados, noticiados. Como tratamos de um trabalho em AD e propomos neste capítulo estabelecer alguns diálogos entre comunicação e discurso, será que a noção de acontecimento para o jornalismo e para o discurso são as mesmas? Veremos nesse tópico que para o jornalismo o acontecimento se vincula muito mais aos fatos, geralmente de interesse público, que são escritos, como é o nosso caso, nos jornais em edição impressa ou eletrônica. Já para o discurso, o acontecimento está muito mais relacionado a dizeres que mantém entre si relações de aliança e antagonismo, de atravessamentos, de construção de discursos e sentidos diferentes, diversos, tendo em vista aquilo que se insere na memória e na atualidade ¹⁴.

O jornalismo, enquanto profissão, atividade profissional, é uma atividade exercida por jornalista. Entretanto, essa não é uma questão tão simples e de imediata relação e resposta, onde se relaciona o jornalismo aos jornalistas e vice-versa. Temos hoje no Brasil, a profissão de jornalista exercida por profissionais que não necessariamente possuem graduação em jornalismo e que estão presentes no cotidiano desde os grandes veículos de comunicação até os pequenos jornais ou emissoras do interior brasileiro, desempenhando funções jornalísticas ou, até mesmo, vinculadas ao entretenimento que, muitas vezes, se confunde ou mesmo se apresenta como jornalismo. Antes de falarmos do jornalismo em si, enquanto atividade profissional ou área do conhecimento humano, é necessário que se diga que o jornalismo se vincula à comunicação, seja enquanto atividade ou ciência.

A palavra comunicar deriva do latim *communicare* e significa “tornar comum, transmitir, falar”. A comunicação não existe separada da sociedade e ela é indispensável para a vida em sociedade. Bordenave (1997, p. 16) acentua que “a comunicação não existe por si mesma, como algo separado da vida da sociedade,[...] a comunicação confunde-se, assim, com a própria vida, [...] é muito mais que os meios de comunicação social”. Martino (2005) irá dizer que o termo comunicação possui uma dispersão de sentidos e encontra em alguns aspectos proximidade com relação, ação em comum e compartilhamento, alguns pontos que ajudam a refletir sobre o conceito. Discorrendo sobre as tentativas de se buscar uma definição para comunicação, Martino (2005) trabalha com a ideia de que o suporte, o livro, por exemplo, só se torna comunicação por meio da interação, da relação. O livro poderá ser

¹⁴ Retornaremos mais adiante a nossa reflexão sobre o acontecimento jornalístico e o acontecimento discursivo.

virtualmente uma comunicação, entretanto, só se torna comunicação a partir do momento em que é lido. O autor diferencia informação e comunicação ao afirmar que a “informação se refere [...] à organização dos traços materiais por uma consciência, enquanto o termo comunicação exprime a totalidade do processo que coloca em relação duas (ou mais) consciências” (MARTINO, 2005, p. 17). Enquanto campo do saber humano a pergunta lançada por Martino (2005, p. 20) é se “a comunicação é um saber, uma ciência, ou simplesmente o termo designa uma série de saberes que se debruçam sobre certa ‘matéria’ que lhes é comum”.

Sem querer esgotar o assunto, Martino (2005) afirma que o termo comunicação é extremamente polissêmico e numa aproximação, a nosso ver, com o pensamento do Círculo de Bakhtin, sem querer, entretanto, fechar a discussão sobre o termo, uma das possibilidades é compreender os processos comunicativos enquanto relação que se estabelece entre o eu e o outro. A proposta bakhtiniana avança, entretanto, no sentido de compreender a importância e influência dos aspectos sociais, históricos, culturais e ideológicos da comunicação, por meio de uma teoria baseada no materialismo histórico, sendo que para Bakhtin/Volochínov (2012, p. 196) “a palavra é a expressão da comunicação social, da interação social de personalidades definidas, de produtores”. Portanto, o aspecto interativo da comunicação e, sobretudo, seu caráter ideológico, trazem importantes questões para se pensar e aprofundar acerca da concepção de interação, e que é inerente ao processo comunicativo ¹⁵.

O jornalismo, pensado enquanto atividade encontra-se em um momento de crise e transformações. Com o avanço da internet, da influência dos blogs enquanto fonte de informação e da utilização dos cada vez mais modernos celulares, que permitem não apenas a mobilidade para ligações telefônicas, mas o registro e compartilhamento instantâneo de texto, áudio e imagem, o cenário atual da informação jornalística se expande também para a veiculação da informação, não se restringindo apenas à produção. Nesse novo cenário, a produção e a veiculação de notícias que antes se concentrava praticamente na mão das empresas e profissionais de jornalismo e nos veículos de mídia ditos tradicionais, hoje passa a ser produzida e veiculada por cidadãos que vivenciam o problema de forma mais direta, que reclamam seus direitos, que flagram situações inusitadas, revoltantes e emocionantes. Na produção de notícias e informações, além do jornalista, do repórter que sai às ruas e registra determinado fato, o público também registra o fato, por exemplo, por um vídeo ou imagem

¹⁵ Mais adiante, no capítulo pertinente à análise de discursos sobre a universidade, teremos uma melhor compreensão acerca do processo de comunicação que se dá por meio da relação que se estabelece entre sujeitos.

captada por um aparelho celular. A veiculação, antes restrita a televisão, rádio e jornal, passa a contar com uma ferramenta de compartilhamento e acesso a informações extremamente poderosa e dinâmica, que é a internet. Ter essa percepção de que hoje, por exemplo, uma pessoa com um aparelho celular pode registrar um acidente de trânsito é fundamental para a mídia que, inclusive, baseada neste aspecto de que a notícia pode ser produzida também pelo telespectador, a exemplo da televisão, tenta chamar o mesmo para se tornar repórter, produtor de conteúdo informativo que será tornado público por meio do canal de televisão.

Outro aspecto da crise jornalística que, desta vez não está vinculada à produção de conteúdo ou às novas tecnologias, é a questão legal. Em decisão proferida em 2009 por parte do Supremo Tribunal Federal, foi derrubada a exigência de graduação em jornalismo para o exercício da profissão de jornalista, alegando que tal exigência, datada de 1969, feria o princípio da liberdade de expressão. Exatamente a liberdade de expressão foi a motivadora para tantas discussões e, a nosso ver, tal liberdade em sua presença ou falta, em muitos casos foi confundida e tratada de forma até mesmo equivocada, tanto pelos ministros do supremo, quanto pelos jornalistas ou ainda pela própria mídia. O que percebemos é que se perdeu a oportunidade de se discutir o jornalismo enquanto profissão, sua relevância e papel social, a influência desta atividade e das mídias sobre a sociedade, em nome de uma questão reducionista que se limitava a dizer que um diploma poderia ou não ferir a liberdade de expressão. Tentativas de resgate da exigência do diploma, desde então, são realizadas pelos jornalistas junto ao poder legislativo, onde se propõe, por meio de uma Proposta de Emenda à Constituição, a volta da exigência do diploma em jornalismo para se exercer a atividade de jornalista. A questão, por enquanto, tramita no Congresso Nacional e não há previsão de quando a discussão irá terminar no âmbito do legislativo. Apesar de suas crises, o jornalismo e a atividade jornalística se mantem atuantes perante a sociedade no que se refere à informação... ou será que não?

Para responder a pergunta podemos dizer que, em certo sentido, o jornalismo tem cumprido de fato sua função de informar a sociedade, na medida em que mobiliza esforços e faz girar as engrenagens da cadeia de produção da informação, fazendo chegar ao público informações que, de alguma forma e na maioria das vezes, são úteis a sociedade. Entretanto, é importante discutir a qualidade das informações, das notícias que chegam ao público, seja no tocante aos aspectos técnicos, que levam em conta a construção das notícias ou mesmo no excesso de informações, que muitas vezes não necessariamente interessam ao público, ao cidadão. Para Charles (2004, p. 44)

Considera-se que a mídia favoreça a liberdade individual e o gosto da iniciativa, muito embora os consumidores exibam atitudes cada vez mais compulsivas em relação a ela. Tem como função formar o discernimento e o espírito crítico, mas com muita frequência a lógica da mercantilização faz que a reflexão seja abandonada em favor da emoção e, a teoria, em favor do uso prático.

Trata-se talvez de se pensar nos usos que se fazem da mídia jornalística, que a propósito de objetivos, quer sejam individuais, de grupos ou institucionais, cumpre de certa forma uma de suas funções, que é a formação de cidadãos críticos, que por meio da informação poderão exercer seu senso crítico. Por outro, essa mesma mídia jornalística ou o uso que se faz dela poderá servir à espetacularização, à superficialidade e até mesmo à banalidade. E o que falar da quantidade de informações que circulam nos mais diversos suportes? O que falar sobre a enorme quantidade de veículos de comunicação que disputam o interesse e a preferência do público e do anunciante? Informação é fundamental, no entanto, o excesso dela, ao invés de gerar benefícios e ajudar a solucionar problemas, poderá, na verdade, gerar problemas, na medida em que se há um excesso, esse excesso precisa ser administrado ou ainda se há um excesso, não seremos capazes de filtrar e armazenar com a eficiência de que necessitamos as informações de que precisamos. Além disso, o excesso de informação poderá gerar cansaço, tendo em vista a grande quantidade de produtos informativos e até mesmo a falta de credibilidade, ocasionada pelo excesso, pela sobra, pela abundância, que ao invés de beneficiar o cidadão, favorece a proliferação de informações que não necessariamente se alicercem na informação de interesse público.

O que vemos em parte das informações repassadas pela mídia e que compõem o noticiário de veículos de comunicação, são informações muitas vezes rasas, incipientes, ou vemos ainda a inconsistência, a espetacularização e a falta de preparo profissional. Enfim, o jornalismo vive um grande desafio ao voltar-se para dentro de si, a partir da relação consigo e com a sociedade contemporânea ¹⁶.

O que é jornalismo? A pergunta, segundo Traquina (2005a) não pode ser respondida em uma frase ou um livro, mesmo assim, para Traquina (2005a, p. 22)

O jornalismo é demasiadas vezes reduzido ao domínio técnico de uma linguagem e seus formatos, e os jornalistas reduzidos a meros empregados, trabalhadores numa fábrica de notícias. [...] Para começar, o jornalismo é uma atividade intelectual. [...]. Basta um olhar distraído aos diversos produtos jornalísticos para confirmar que é uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção

¹⁶ Veremos no capítulo seguinte que o jornalismo e as mídias não exercem uma atividade tão simples, de mera transmissão de uma mensagem e captação por um destinatário, feita de forma linear, mas que se trata de uma relação instável, de atravessamentos, rupturas, interesses e ideologias.

de novas palavras e pela construção do mundo em notícias, embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos, e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa.

Já que falamos anteriormente em liberdade de expressão, esta só poderá ocorrer em regimes democráticos. Acreditamos terem ocorrido inúmeros equívocos ao se atrelar a exigência de um diploma à liberdade de expressão, onde um diploma barraria a liberdade de expressão. Entendemos que além destas questões, seria o momento de se discutir também o ensino e pesquisa em jornalismo, a influência das mídias diante da sociedade, a forma como são realizadas as concessões públicas de emissoras de rádio e televisão, enfim, há muitos pontos para reflexão.

Jornalismo é, antes de tudo, uma atividade que exige conhecimentos técnicos e de onde também se produz conhecimento científico. O jornalismo é uma atividade que repercute na vida da sociedade em geral e talvez isto não tenha sido observado em boa parte das discussões sobre a questão, que se limitaram ao debate liberdade de imprensa *versus* exigência do diploma. Se não há mais exigência de diploma, uma vez existindo inúmeros cursos de graduação e pós-graduação no âmbito da comunicação e do jornalismo, podemos imaginar, por exemplo, o risco que se corre no que se refere à qualidade, quando se oferece um concurso público ou mesmo oferta de emprego em instituição privada para um cargo de jornalista, que poderá ser ocupada por profissional de formação diversa.

É preciso pensar a formação do jornalista. Mais do que formar um profissional habilitado teoricamente e tecnicamente é preciso que se invista e se insista na formação de jornalistas capazes de pensar e atuar em meio às transformações da sociedade, da comunicação e do próprio jornalismo. Neste aspecto, assim como Abiahy (2005), entendemos que a formação de jornalistas especializados contribui para tais aspectos, uma vez em que ao invés de tratar a formação e atuação do jornalista de forma genérica, onde se vê jornalistas e veículos de comunicação que ao mesmo tempo falam de tudo e falam de nada, o jornalismo especializado permite o aprofundamento de questões importantes e “a formação profissional precisa atender estas necessidades de trabalhar a informação de maneira mais aprofundada. Ao invés de continuar a incentivar uma profissionalização baseada em básicos conhecimentos gerais. O jornalista necessita, portanto, de uma preparação que contemple a especialização do mercado jornalístico” (ABIAHY, 2005, p. 26).

Na tentativa de percorrer, ainda que de forma rápida, algumas questões que envolvem os jornalistas e o jornalismo, é bem certo que muitas questões ainda estão em construção, sem que se tenha ainda as respostas. Longe de buscar uma resposta, em uma reflexão sobre o

jornalismo, o fato é que ainda há muito a pensar, construir, desmanchar, reconstruir quando falamos de jornalismo. As novas mídias, as redes sociais estão aí, para que a cada dia se pense e repense a produção jornalística. Adiante, para a ampliação da discussão acerca do jornalismo, entramos em uma perspectiva também discursiva, sobre a noção de acontecimento.

2.2.2 – Acontecimento discursivo e jornalismo

O jornalismo é uma atividade profissional e social que “seleciona”, entre os tantos fatos do cotidiano ou não, aqueles que possuem potencial informativo para se tornarem notícia. A construção das notícias, e neste momento não nos referimos precisamente à notícia enquanto gênero jornalístico ou espécie discursiva, mas sim, pensamos a notícia enquanto matéria jornalística, enquanto informação, produto jornalístico que necessita de um suporte, de um veículo de comunicação, é o principal produto disponibilizado cotidianamente pelos meios de comunicação. Informações de um modo geral podem e são veiculadas em conversas do cotidiano, em uma reunião formal, em anúncios publicitários estampados em *outdoors*, enfim. Entretanto, estamos falando da informação que recebe um tratamento jornalístico e que se torna notícia, algo relevante ou até mesmo não relevante, de interesse público ou mesmo de interesse do público, e que se torna conhecido, divulgado para um público abrangente e heterogêneo por meio dos veículos de comunicação. O que queremos dizer é que nem todo fato é um acontecimento jornalístico e conforme Rodrigues (1993, p. 27)

O acontecimento jornalístico é, por conseguinte, um acontecimento de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades, sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência.

O acontecimento jornalístico trabalha tanto com o inesperado quanto com o esperado, ou seja, com o imprevisível e com o previsível. Podemos dizer que o acontecimento jornalístico se vincula à instituição, à linha editorial e, sobretudo à notícia, ao fato, ao factual e ao interesse público. O material bruto do acontecimento jornalístico precisa ser trabalhado e interpretado pelo jornalista, seja em uma transmissão ao vivo ou numa apuração após o ocorrido em forma de matéria jornalística e que irá gerar a cobertura jornalística sobre o fato. Charaudeau (2012, p. 95) afirma que

[...] o “mundo a comentar” nunca é transmitido tal e qual à instância de recepção. Ele passa pelo trabalho de construção de sentido de um sujeito de enunciação que o constitui em “mundo comentado”, dirigindo a um outro do qual postula, ao mesmo tempo, a identidade e a diferença. O acontecimento se encontra nesse “mundo a

comentar” como surgimento de uma fenomenabilidade que se impõe ao sujeito, em estado bruto, antes de sua captura perceptiva e interpretativa. Assim sendo, o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível.

Alsina (2009, p. 139) afirma que “o acontecimento jornalístico é toda variação comunicada do ecossistema, através da qual seus sujeitos podem ser implicados”. Desdobrando a definição, Alsina (2009) explica que a variação do ecossistema significa que o acontecimento pressupõe a ruptura da norma. O autor cita como exemplo o fato de que em um aeroporto, a presença de aviões é algo comum, normal, que não rompe a norma, mas, se o avião surge em uma comunidade isolada na Amazônia, o aparecimento da aeronave rompe a norma e torna-se acontecimento. Quanto ao aspecto da comunicabilidade do fato, Alsina (2009, p. 143) explica que “o acontecimento deve ser simplesmente algo comunicável porque senão não pode ser considerado como um acontecimento para a construção da notícia”. O último aspecto da definição, que trata da implicação dos sujeitos é explicado por Alsina (2009, p 147-148) pelo fato de que o acontecimento possui um nível de implicação, de ligação entre o público e a mídia. O autor afirma que um mesmo fato poderá ter diferentes níveis de implicação e cita, por exemplo, que, para uma pessoa que já tem um emprego ou oferta de emprego assegurada em uma determinada empresa, o fechamento da atual empresa onde trabalha não é algo considerado importante.

A mídia, em meio a tantos acontecimentos que ocorrem a todo instante, irá selecionar, baseado em critérios de edição próprios do jornalismo e que serão abordados no próximo tópico, aquilo que poderá ser de interesse público e que será disponibilizado como notícia, como informação. “Por acontecimento jornalístico compreende-se, assim, um fato selecionado dentre os diversos que ocorrem em um dado período, considerado de interesse público, e que, por isso, passa a ocupar as edições dos noticiários impressos e eletrônicos” (Dela-Silva, 2011, p. 291). A UFG comemorando seu cinquentenário, temos tanto pela mídia institucional, vinculada diretamente à universidade, bem como pela mídia comercial, um acontecimento, uma vez que a comemoração de 50 anos é algo que ocorre apenas uma vez e o fato de representar meio século de vida e o que isso representa enquanto número e história é algo que merece ser noticiado.

Para Dela-Silva (2011, p. 293) “enquanto linguagem, o dizer jornalístico não traz consigo o fato, mas um gesto de interpretação do mesmo. A imprensa, mais que simplesmente narrar acontecimentos e servir de suporte para tais narrações, produz sentidos para os acontecimentos”. Nesse entendimento, da mesma forma em que o historiador lança sobre os

acontecimentos um olhar de pesquisador que se utiliza de métodos científicos para selecionar os acontecimentos que serão tidos como acontecimento histórico, por aproximação, o jornalista, a partir de seu olhar de jornalista também irá, com base em critérios de noticiabilidade, selecionar aquilo que será ou não apresentado sobre a forma de informação jornalística, comumente chamada de notícia.

Na esteira do trabalho de Dela-Silva (2011) acerca da Televisão na imprensa brasileira, percebemos que a criação da UFG em 1960 é um acontecimento que ganha a dimensão de acontecimento histórico, que marca a fundação da primeira e ainda única universidade federal no estado de Goiás. A UFG, enquanto instituição e enquanto acontecimento histórico, que envolve ainda toda a discussão em torno da criação da instituição, surge em 14 de dezembro de 1960. A criação da universidade, a repercussão do acontecimento pela imprensa da época, faz com que a fundação da UFG não seja somente um acontecimento histórico, mas, também, um acontecimento jornalístico, na medida em que a mídia noticia o fato, em que a UFG é transformada em acontecimento jornalístico.

O acontecimento jornalístico se reveste da dimensão de acontecimento discursivo, justamente quando o jornalístico não se torna tão somente ou se confunde com a notícia, nem com o acontecimento histórico, mas quando excede tais concepções, quando é apreendido na consistência de enunciados, sendo que estes se atravessam, entrecruzam, aproximam, distanciam tendo em vista um dado momento. O acontecimento discursivo pressupõe a relação entre dizeres, entrecruzamentos, onde o sentido dos fatos dependerá da rede discursiva em que estão inseridos os sujeitos e seus dizeres. Na relação entre enunciados que se cruzam, estes poderão se distanciar pelas ressignificações e efeitos de sentido diferentes e poderá ocorrer a emergência de outros enunciados, que cruzam e formam rupturas. O acontecimento discursivo se caracteriza pela ressignificação, sendo produzido por sujeitos e que emerge em uma determinada situação social e histórica e que se vincula a uma memória. A memória não é homogênea, mas um espaço móvel, a cada acontecimento discursos são rememorados. Conforme Pêcheux (2010, p. 52)

A memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os “implícitos” (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível.

De acordo com Scherer e Taschetto (2005, p. 121), “os implícitos residiriam na memória discursiva, ausentes em sua presença, disponíveis em um registro oculto,

encontráveis na ‘regularização’ sob a forma de remissões, retomadas e efeitos de paráfrase”. A construção dos sentidos irá depender assim da memória, de outros sentidos já fixados pela regularidade. Um novo acontecimento discursivo poderá, no entanto, romper a regularização onde “o acontecimento, no caso, desloca e desregula os implícitos associados ao sistema de regularização anterior” (PÊCHEUX, 2010a, p. 52). Como descreve Pêcheux, haveria assim um jogo de forças entre acontecimento e memória, onde se visa a regularização e estabilização dos implícitos ao tempo em que o acontecimento discursivo trabalha com a desregulação dos implícitos. O acontecimento discursivo se situa desta forma “no ponto de encontro de uma atualidade e uma memória” (PÊCHEUX, 2012, p. 17). A criação da UFG, os embates políticos e ideológicos envolvidos na questão, presentes nos dizeres da imprensa da época, bem como dos sujeitos que estiveram de alguma forma ligados a toda a questão que envolve a criação da universidade, acarretam atravessamentos discursivos, onde, por exemplo, o político é atravessado pelo estudantil e a construção dos sentidos irá depender do contexto histórico e social e do posicionamento dos sujeitos.

Pêcheux, ao discorrer em *O discurso: estrutura ou acontecimento* acerca do enunciado *On a gagné*, que ecoou pela França em 1981 por razão da vitória na eleição presidencial de François Mitterand, compara a vitória eleitoral a uma vitória vista em uma final de campeonato esportivo. Pêcheux (2012, p. 20) irá dizer que o acontecimento jornalístico e que remete a um cenário social e político, tido como acontecimento improvável, a vitória da esquerda francesa, não pode ser pensado como enunciado desvinculado de uma memória, de aspectos históricos. Os enunciados midiáticos remetem, neste caso, ao mesmo fato, mas produzem diferentes significações. Podemos perceber que, um mesmo assunto produzirá diferentes sentidos, tendo em vista a própria construção da notícia, os discursos que são evocados e acionados pela memória e a própria condição do sujeito heterogêneo, marcado pela incompletude, pela falta e pelos lapsos e que oscila entre consciente e inconsciente. O acontecimento jornalístico, ou seja, a UFG em matérias jornalísticas a partir da abordagem discursiva, a partir de um acontecimento discursivo, ocasiona diferentes ressignificações, entrecruzamentos, distanciamentos e efeitos de sentidos construídos na opacidade discursiva, própria de discursos heterogêneos. Mais adiante, no capítulo em que trataremos da análise de discursos sobre a universidade nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*, teremos a oportunidade de refletir acerca das diferenças entre o primeiro, enquanto mídia comercial privada e o segundo enquanto mídia institucional pública. Adiantamos que, embora abordando um mesmo acontecimento, a exemplo do cinquentenário da UFG, o acontecimento jornalístico apresentado sobre a forma de notícia, de informação jornalística, poderá ser diferente a partir

da vinculação institucional e editorial do jornal, a partir do público ou públicos a quem se destina o periódico preferencialmente, enfim, a partir de uma série de fatores técnicos, próprios da rotina de trabalho do jornalista, mas também de questões discursivas, que implicam sujeitos, sentidos, discursos e ideologias.

2.3 – Seleção, edição, apresentação das notícias pelo viés ideológico

2.3.1 – Aspectos técnicos

Pretendemos com o presente tópico tratar de uma questão bastante cara e até mesmo polêmica para os estudos do jornalismo e também do discurso. Quando falamos em notícias, reportagens, entrevistas e outros tantos gêneros discursivos ou espécies discursivas, ou quando falamos da notícia simbolizando tudo aquilo que possa ser entendido enquanto informação jornalística, compreendemos que aquilo que foi captado pelo olhar do repórter, do fotógrafo, do cinegrafista ou outro profissional de imprensa, é alvo de todo um processo técnico que começou com a seleção dos fatos, passando pela edição, que seria um processo de construção da notícia e lapidação, até a apresentação, quando a notícia é “entregue” ao público. Queremos aqui nos atentar em poucas linhas para os aspectos profissionais deste processo cotidiano dos jornalistas sem deixar de lado e nos preocupando também com os aspectos discursivos que envolvem estas três importantes etapas do trabalho jornalístico. Por isso, para uma melhor compreensão do aspecto discursivo é importante refletirmos, ainda que de forma breve, sobre os aspectos técnicos. Pretendemos enfatizar que todo esse processo é fortemente marcado pela ideologia, que se faz presente nos sujeitos e nos dizeres midiáticos de ambos os jornais e que poderá estar ou não evidenciada de forma explícita no processo de construção da notícia pelos posicionamentos dos sujeitos, pelos dizeres que são evocados, pelos discursos que se relacionam e por outros aspectos presentes no processo de seleção, edição e apresentação das notícias, tendo em vista o discurso da mídia jornalística sobre a UFG.

Fatos que versam sobre diferentes assuntos, como esporte, política, educação, cidades, cultura, dentre outros, ocorrem cotidianamente em nossa sociedade. A partir do instante em que estes fatos são trabalhados pelos veículos de comunicação e tornados públicos pelos mesmos, os assuntos que tratam, por exemplo, de futebol, estarão agrupados pelo jornal impresso ou eletrônico em editorias, onde estão matérias que versam sobre uma mesma área, como esporte, por exemplo. Este tipo de organização é bastante usual no jornalismo impresso e no jornalismo realizado pela internet. Até mesmo órgãos governamentais em suas páginas

eletrônicas costumam dividir as matérias em categorias, que funcionam pelo mesmo princípio das editorias.

Em uma matéria sobre um avanço tecnológico, por exemplo, a linguagem muitas vezes complexa do pesquisador, que utiliza expressões e termos que poderão ser desconhecidas do público, precisa ser clarificada pelo jornalismo que também tenta organizar a informação no sentido de que ela possa fornecer algo que seja fácil de ser compreendido. As editorias ajudam a organizar e trazem harmonia ao portal ou jornal e trazem uma definição prévia da localização da matéria. O trabalho diário, a cadeia de produção jornalística envolve desde a seleção daquilo que será ou não noticiado até a circulação final do produto noticioso. Neste processo, é fundamental a forma como as notícias serão tratadas e, por isso, destacamos o papel da edição, que podemos entender como o tratamento dado a textos e imagens, onde se pretende organizar e ajustar o material a fim de que seja publicado e com essa ação, tenta-se acrescentar, retirar e corrigir possíveis falhas. Não se trata, entretanto, de um simples processo de revisão, a exemplo de uma mercadoria que ao final da cadeia de produção passa por um controle de qualidade e recebe um selo. Estamos lidando com acontecimentos, sujeitos, interesses, ideologias e tudo isso estará de alguma forma presente e atravessando as rotinas jornalísticas e o processo de edição.

Wolf (2008, p. 229), ao se referir às rotinas de produção, que é a forma de organizar a atividade jornalística, destaca que tendo em vista o fator tempo, algo que influencia de forma direta a atividade jornalística, os valores-notícia são fatores de grande importância. Segundo Wolf, são três as fases que influenciam tanto na produção quanto no produto final jornalístico: a coleta, a seleção e a apresentação. No que se refere à coleta, Wolf (2008) traz algumas reflexões interessantes e pertinentes para o jornalismo. Para o autor, a questão que envolve a coleta do material necessário para se formar um jornal ou noticiário, ultimamente tem se caracterizado em alguns casos por um processo de inversão, onde, ao invés do jornalista “buscar” as notícias, as notícias “buscam” os jornalistas. Isto pode ser atestado pela quantidade de *releases*, que é um comunicado de imprensa, produzido geralmente por uma assessoria de comunicação e que chega às redações de jornais, emissoras e portais de notícias, com o propósito de se divulgar sob a forma de matéria jornalística um determinado acontecimento.

Outro ponto que se destaca no processo de coleta das informações é que este, atualmente, é fortemente influenciado pela internet, em especial pelos sites de busca, capazes de oferecer uma infinidade de respostas para perguntas diversas. Existe ainda a recorrência ao telefone ou e-mail para se buscar determinada informação, para que se colete material para a

produção da matéria. Atualmente o que se pode verificar nos veículos de comunicação, em especial nos veículos impressos e portais de notícias, é que parte do conteúdo muitas vezes não é captada da forma tradicional, a partir da orientação de uma pauta, que estabelece o assunto e os entrevistados, quando uma equipe composta geralmente por um motorista, um repórter e um fotógrafo, se desloca da redação do jornal até o local de realização das entrevistas, registrando imagens e recolhendo informações em geral.

Ainda com relação à coleta de materiais, Wolf (2008) trata da questão das fontes e das agências de notícias, asseverando que “as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pelos meios de comunicação de massa” (WOLF, 2008, p. 233). O autor acrescenta que as possíveis classificações das fontes são diferentes e assim, o que se tem, por exemplo, são fontes institucionais ou oficiais e o nível de acesso às fontes e sua relevância é variável. O jornalista ao buscar as fontes no processo de coleta das informações, em geral procura por fontes que ofereçam fidedignidade, confiabilidade, respeitabilidade, dentre outros requisitos. Fontes institucionais e oficiais em geral são mais predominantes e em alguns casos, pode ser desenvolvida inclusive uma relação “fraternal” com a fonte, tendo em vista a própria recorrência repetidas vezes a mesma fonte, que poderá ser pelo fato do jornalista ser especializado na cobertura de determinada editoria, como no caso de um repórter responsável pela editoria de polícia e que desenvolve este tipo de relação com as autoridades civis e militares de segurança pública.

Assim, quando levamos a questão para o âmbito dos discursos da mídia jornalística sobre a UFG, o jornal *O Popular* poderá recorrer a um professor ou pesquisador da universidade, quando, por exemplo, necessitar trazer para a notícia os dizeres de alguém que pesquise e dedique tempo e estudo a um determinado assunto. O *Jornal UFG*, por sua característica institucional poderá recorrer ao pesquisador na perspectiva de divulgar para a sociedade determinado trabalho e em consequência divulgar a própria instituição. O que percebemos é que algumas matérias de fato necessitam dessa chancela, dessa voz que legitima aquilo que é dito por meio da autoridade dos dizeres de um especialista ou pesquisador sobre o assunto abordado pelo jornal. No caso da UFG, o próprio fato de se recorrer à universidade na pessoa de um pesquisador, a uma instituição de pesquisa, ensino e extensão, por si só, traz consigo toda essa carga de um discurso que, via de regra, possui um crivo técnico e científico que confere à matéria, a partir dos dizeres do pesquisador, esse mesmo caráter de rigor para o trabalho jornalístico, que busca embasar seus dizeres também nos dizeres da universidade, da ciência e da inovação.

No tocante às agências de notícias, conforme Wolf (2008, p. 243), “sem dúvida, as agências de imprensa, supnacionais ou nacionais, constituem a ‘fonte’ mais conspícua de materiais noticiáveis”. As agências fornecem conteúdo informativo, sobretudo a veículos que não possuem sucursais ou afiliadas em determinadas cidades ou países. Trata-se possivelmente de um meio de coleta de informações bastante utilizado pelo jornalismo que se resume a buscar determinada informação, a selecionar em meio ao que já se encontra pronto, a informação que será retransmitida pelo jornal ou noticiário. Uma agência de notícias para rádio, por exemplo, oferece inúmeras matérias já prontas para serem veiculadas. O que podemos perceber é que no processo de coleta das informações, tendo em vista essa inversão onde a notícia “busca” o jornalista, em muitos casos o que se vê é o conhecido “Gillette Press”, termo popular no jargão jornalístico ou atualmente, com o domínio da informática, o chamado *Ctrl C Ctrl V*, ou seja, o ato de copiar e colar a matéria da mesma forma em que foi produzida no *release* ou pela agência de notícias.

Ainda a respeito dos três pontos destacados por Wolf, pela seleção das notícias

O material coletado pelos correspondentes, pelos enviados e pelos cronistas e que chega por meio das agências é reduzido a um certo número de notícias, destinadas à transmissão do noticiário ou à impressão do jornal. [...] O processo de seleção das notícias pode ser comparado a um funil, no qual muitos dados são colocados e apenas um número restrito consegue passar pelo filtro: no entanto, pode-se compará-lo também a uma sanfona, visto que algumas notícias são acrescentadas, deslocadas, inseridas no último momento. (WOLF, 2008, p. 255-256)

O número de acontecimentos, de fatos que possuem potencial para se tornarem notícia é, sem dúvida, bem maior do que os registrados por um jornal ou por um noticiário em televisão, rádio ou internet, daí a importância do trabalho de seleção. Pode-se comparar o processo de seleção, guardadas as devidas proporções, uma vez que os acontecimentos são instáveis e nesse ato comparativo tratamos de produtos estáveis, a uma dona-de-casa que vai a feira orientada por uma lista de compras, mas que ao chegar na feira acaba comprando alimentos a mais ou a menos, seja pelo preço acessível, pela qualidade do produto ou mesmo por ter se dado conta de que algum item inesperado, não relacionado na lista, deveria ser adquirido. Diante da banca da feira, a dona-de-casa irá selecionar em um monte de frutas, legumes ou verduras, aqueles que lhe agradam os olhos e que considera em boas condições de consumo e para isto poderá usar dos órgãos do sentido, do conhecimento acumulado ou mesmo da ajuda do feirante. Obviamente que estamos falando de um fato cotidiano, onde se encontra o conhecimento empírico e que se difere do jornalismo, mas que guarda possivelmente algumas semelhanças quanto à forma em que ocorre a seleção. Nas palavras de

Wolf (2008, p. 255) “não se pode explicar a seleção apenas como escolha subjetiva do jornalista (mesmo que motivada profissionalmente), mas é necessário vê-la como um processo complexo, que se desenvolve ao longo de todo o ciclo de trabalho”. Charaudeau (2012, p. 133, grifos do autor) esclarece que

Convém então se perguntar o que preside às escolhas efetuadas pela instância midiática. Ela o faz em função de dados mais ou menos objetivos na relação com o *tempo*, o *espaço* e a *hierarquia* que convertem o acontecimento em notícia. [...] Por isso, devem tentar aproximar ao máximo os dois momentos opostos na cadeia temporal: *instante do surgimento do acontecimento*> instante da produção midiática> instante da saída do produto midiático> *instante do consumo da notícia*.

Dessa forma, diante dos inúmeros fatos que ocorrem na UFG, seja com a própria universidade ou com pessoas diretamente ou indiretamente ligadas à instituição, determinados fatos passarão a ter a consistência de notícia, a partir do momento em que a mídia, institucional ou comercial, se interessa e seleciona aquilo que é de interesse público e que será construído no jornal sobre a forma de notícia. Obviamente que esta seleção obedece a critérios teóricos e técnicos do jornalismo, como temos visto, mas também, é fortemente influenciada pela natureza do veículo de comunicação, por suas vinculações institucionais, sua política editorial e seus níveis de relacionamento com o público. Como falamos de um processo que não ocorre de forma linear ou mesmo simplória, o processo de seleção no jornalismo também é marcado por instâncias que envolvem a ideologia, a política, a economia e o poder. Para o *Jornal UFG*, os fatos do cotidiano referem-se mais intimamente à universidade, o que talvez até torne a seleção um pouco mais facilitada. A seleção, entretanto, poderá ocorrer não apenas por meio de padrões jornalísticos ou tais padrões poderão estar atravessados por critérios que se vinculam ou se aproximam de aspectos administrativos e políticos. Quando, por exemplo, o periódico traz uma matéria sobre obras na universidade, há uma motivação informativa do jornal e a construção da notícia se dá por essa via, mas, também há uma motivação administrativa da instituição em caracterizar que os investimentos são decorrentes de políticas de governo e da própria instituição. Para o jornal *O Popular* os critérios que levam o veículo a selecionar fatos de interesse público sobre a universidade não se atrelam a aspectos administrativos. Tomando como exemplo novamente as obras na UFG, o que pode motivar o jornal a tratar desse assunto, poderá ser, por exemplo, reclamações acerca dos transtornos com as obras ou mesmo a falta de planejamento na execução das obras e não o viés administrativo.

Por fim, a edição pode ser entendida como um processo de tratamento do material jornalístico. O processo de edição é iniciado pelo próprio repórter e, em geral, também é feito

por um editor, responsável por reler o texto produzido pelo repórter. Este pode ser muitas vezes, um processo de grande tensão, já que, aquilo que foi escrito será submetido a outro olhar e, por conseguinte, poderá sofrer modificações que não necessariamente estavam presentes anteriormente em sua intenção original. Por outro lado, é um processo de depuração do material antes bruto e que foi lapidado pela construção da notícia. O editor se encontra mais ao final da cadeia de produção de um jornal, embora sua ação possa ocorrer já no princípio, quando se realiza logo nas primeiras horas do dia a chamada reunião de pauta, momento em que editores, repórteres e pauteiros, se reúnem para definir os acontecimentos que poderão estar presentes na edição do jornal ou noticiário. A edição e a apresentação das notícias, conforme Wolf (2008, p. 259) consiste no processo de recontextualização dos acontecimentos que nas etapas anteriores foram descontextualizados, tendo em vista as próprias exigências do processo de construção da notícia. Assim,

A fragmentação dos conteúdos e da imagem da realidade social coloca-se precisamente entre dois movimentos: de um lado, a extração dos acontecimentos do seu contexto, de outro, a reinserção dos eventos notáveis no contexto constituído pela 'confecção', pelo formato do produto informativo. (WOLF, 2008, p. 259)

O processo de edição, desempenhado em geral pelos editores, busca deixar a matéria jornalística praticamente pronta para seu consumo, restando-lhe praticamente apenas a embalagem, que seria o processo de diagramação, onde também se encontram alguns aspectos de edição, que se caracterizam como, por exemplo, disposição da matéria, sua localização na página ou portal de notícias. No *Manual da Redação da Folha de São Paulo* (2013, p. 34) verificamos que

A edição deve ser capaz de hierarquizar a leitura, em cada página e na sequência delas, de maneira clara, organizada e em ordem progressiva de interesse, afim de não confundir o leitor. [...] Ao mesmo tempo e que toma conhecimento dos textos principais a serem publicados, o editor deve se dar conta do espaço de que dispõe para a publicação das notícias, deve verificar as fotos e infográficos de maior destaque a serem utilizados e saber quais os principais fatos que estão sendo reportados pelas demais editorias do dia.

Percebemos que no caso do *Jornal UFG* - e veremos com mais profundidade no capítulo específico de análise de discursos sobre a UFG que, depois de selecionado o assunto, a edição e a apresentação da matéria serão realizadas por profissionais que se vinculam a universidade e o público preferencial do jornal será de pessoas vinculadas à instituição, o que faz com que, no processo de edição e apresentação, essa estreita relação entre instituição e

veículo, seja um fator relevante na produção e recepção do material produzido. Já para o jornal *O Popular*, a edição e apresentação poderão ser atravessadas por diferentes e diversos critérios, desde questões comerciais e de mercado, passando pela motivação ou não do jornal de se abordar a universidade, tendo em vista o volume de informações com que o jornal trabalha e seu público mais heterogêneo, chegando inclusive a questões ideológicas, motivadas por grupos ou pessoas que se vinculam ao jornal e que se fazem presentes na construção da notícia.

2.3.2 – Técnica e ideologia

Não tivemos a intenção de esgotar os aspectos técnicos que se encontram descritos em manuais ou transmitidos a estudantes e profissionais de jornalismo. O processo de seleção, edição e apresentação das notícias, além dos aspectos técnicos, que visam dar uma melhor organização e agilidade à atividade, irá variar em função da chamada linha editorial do veículo ou mesmo do suporte em que as matérias serão veiculadas. Trata-se de um processo realizado por sujeitos que, de forma subjetiva e aliado a técnicas, procuram balancear, se é que isto de fato é algo possível e tranquilo, as diferentes posições e interesses, que se encontram na pessoa de quem coleta e de quem edita, com as determinações do veículo de comunicação, com o interesse público, com regras comerciais, enfim. Perpassando a técnica, existe todo um processo de construção da notícia que, podemos dizer, se encontra atravessado e constituído por aspectos ideológicos, culturais, históricos e sociais. Em nome da conquista do público e de sua fidelização, prolifera o discurso de independência, de neutralidade e de veículos que mostram a “verdade dos fatos” em *slogans* veiculados pelas próprias instâncias midiáticas que tentam se colocar perante o público, em um lugar onde os acontecimentos seriam noticiados de forma neutra, imparcial, apenas se limitando aos fatos. A própria padronização técnica da linguagem jornalística pode ser vista não apenas como forma de organizar e facilitar a atividade, mas também como forma de tentar imprimir neutralidade, clareza e objetividade nas informações.

O sujeito, dirá Pêcheux (1997) em *Semântica e Discurso*, irá se constituir enquanto sujeito do discurso pela ideologia. Ao se identificar com uma determinada ideologia e a determinado discurso, a construção de sentidos decorre dessa identificação, do posicionamento ideológico do sujeito. Bakhtin/Volochínov (2012), sobre a ideologia, afirmam que a palavra é uma ponte lançada entre dois pontos, entre o eu e o outro e a palavra se caracteriza por ser o signo ideológico por excelência, um local de lutas e conflitos. As

questões que se referem de forma mais aprofundada à ideologia dos sujeitos e dos discursos serão oportunamente aprofundadas no capítulo seguinte, entretanto, percebemos que o discurso da neutralidade, que pode até ser necessário para a sobrevivência dos veículos de comunicação ou mesmo para que o público mantenha fixa a ilusão de neutralidade, se caracteriza por um discurso que visa camuflar para o público a ilusão de que muitos veículos poderiam ter desvendados os seus bastidores no que se refere à política, ao poder e à ideologia e assim, procura-se revestir as notícias de neutralidade, até mesmo de forma sutil, como na entonação e na expressão facial que se observa, por exemplo, em um âncora de telejornal.

Barros Filho (2001, p. 69) acerca dessa questão que envolve a busca pela objetividade jornalística desta que

A principal característica do “jornalismo informativo” é a busca do fato, despido de valorações, adjetivações ou da opinião pessoal do jornalista. Como vimos, essa busca, ainda que apoiada em conjunto de técnicas de codificação, é inócua. No entanto, o resultado obtido – a informação com aparência de objetividade – tem grande importância na persuasão. A relevância científica da “objetividade aparente” é que, embora não seja (objetividade), produz efeitos.

A objetividade vista, desta forma, é incapaz de ser alcançada, entretanto, é importante que esta busca pela objetividade seja mantida pelos meios de comunicação, como forma de se obter os resultados que se espera perante o público, sobretudo naquilo que se refere à persuasão dos mesmos. As opiniões, seja por sua falta ou por sua presença, são perceptíveis nos dizeres jornalísticos por meio de tomadas de posição, seja em prol dos que exercem o poder ou dos que são alvos do poder. “A informação jornalística pode fazer crer numa representação do real desmediatizada, ou seja, sem que a subjetividade inerente a todo processo de codificação seja patente” (BARROS FILHO, 2001, p. 71) e assim o que se tem é exatamente essa tentativa de fazer com que as notícias se revistam de neutralidade e objetividade. Trata-se de uma ilusão de objetividade entre o veículo de comunicação e o público no qual, o veículo, na maioria das vezes, não assume com clareza e abertamente sua filiação política, social e ideológica, fazendo ou tentando fazer crer em uma objetividade e neutralidade irrestritas. Um bom exemplo que citamos é o caso da Revista Veja que, sobretudo na cobertura de acontecimentos do universo da política, tenta privilegiar determinados grupos ou partidos em detrimento de outros, sem que se ateste com honestidade e de forma clara suas filiações. Lage (2001, p. 31, grifos do autor), ao se referir à linguagem das notícias comenta que

A ideologia se articula em dois pólos: por um lado, a ocultação do emissor por detrás do complexo aparelho de produção das mensagens (nomeado também como coisa do mundo - *a mídia* -, quando objeto eventual de notícias); por outro lado, a evidência de uma neutralidade tal que a informação se legitima por aparentemente não pretender respostas.

O que se pode notar é que em alguns aspectos a mídia “se inocenta do que diz, como se falasse *naturalmente* dos fenômenos, sem nada ocultar, exagerar ou distorcer” (LAGE, 2001, p. 32, grifos do autor). Por meio das próprias marcas de heterogeneidades discursivas, que veremos no capítulo seguinte e que atestam de forma marcada ou não a presença do outro e ainda pela forma como se constituem os sujeitos discursivos e como se constroem os sentidos, perceberemos que a aparente naturalidade dos fenômenos em uma abordagem discursiva entra em confronto com o próprio caráter heterogêneo dos discursos e dos sujeitos, com a condição dos discursos de serem atravessados por outros discursos, pela própria incompletude e falha do sujeito. Na verdade, apesar de tentar demonstrar um distanciamento ou mesmo que se emitam opiniões, que estas sejam evidentes pela fala dos entrevistados, não há como deixar de se ressaltar e perceber, com base em uma abordagem que alie teorias da comunicação e jornalismo e reflexões sobre o discurso, as tomadas de posição, os papéis e importância dada aos sujeitos, a forma como a notícia é construída, não apenas enquanto técnica, mas também, enquanto condições de produção, pensamento ideológico, relação discursiva entre imagem e texto, enfim, pelo viés discursivo.

Lage (2001, p. 76-77, grifos do autor), em uma série de apontamentos sobre a prática jornalística, traz reflexões interessantes que nos ajudam a refletir sobre a produção de um jornal ou noticiário, tendo em vista o processo produtivo e os sujeitos envolvidos nele e ainda os aspectos ideológicos que perpassam e afetam sobremaneira o processo.

A primeira coisa que um jornal informa é sua ideologia. Num grande diário, será a ideologia de um segmento econômico bastante forte para suportar os custos. [...] No jornal 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. Fazem-se também com opiniões, e os melhores articulistas não são, certamente, os *imparciais*. [...] O mundo fragmentário dos jornais apresenta a realidade (de uma guerra) em segmentos (combate a combate, vitória e rendição, avanço e recuo), mas não decomposta (a estratégia, a política). Mais do que falar sobre, falam de. A imparcialidade e a objetividade são máscaras eventuais que mal ocultam a presença humana, o engajamento e a participação. [...] 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. A pequena nota reveladora costuma gritar mais do que a manchete espalhafatosa e conformista. Por isso os jornais são temidos e os próprios editores jamais abrirão o calhamaço de páginas com tranqüilidade absoluta. [...] O saber dos jornais é extremamente superficial, mas extenso. Eles se confessam perecíveis; não tratam de fins ou princípios. Os espíritos positivos se irritam com a

coragem com que os jornais afirmam o impreciso. Mas um jornal sem erros não se poderia escrever; um jornal que fosse rigorosamente preciso em tudo o que diz pesaria muitos quilos e seria de leitura intolerável. Por outro lado, só os ingênuos acreditam que não têm interesses capazes de levá-los a deturpar os fatos. [...] Há, portanto, dois gêneros de verdade consideráveis nas notícias. Uma verdade está no acordo íntimo entre o que está sendo narrado e o que de fato ocorreu. Outra, disposta no paradigma da escolha de palavras, da ordem e seleção dos acontecimentos – dos lapsos entre uma e outra informação e das sugestões que deixa ao consumidor sobre como preenchê-los – é a verdade como adequação histórica.

Esta reflexão nos remete ao discurso em alguns aspectos. Pêcheux considera que não há discurso sem ideologia e, sendo assim, no jornalismo e nas mídias em geral, em seu aspecto discursivo, temos não apenas técnica ou mera transmissão de mensagem, mas construção de notícias e sentidos, onde os enunciados se entrecruzam e as ideologias se materializam nos discursos. A partir da própria base do discurso que tem em um de seus pilares o materialismo histórico, de onde entendemos que a ideologia, quando pensada pelo viés do discurso pecheutiano se materializa nos discursos, o que é propagado pela mídia às vezes tenta camuflar, sob a roupagem da neutralidade e da objetividade o que se diz, quando, na verdade, não há como dissociar a ideologia dos discursos e assim, o que é mostrado ou não mostrado, é justamente a ideologia dos discursos e sujeitos. A ação da escolha daquilo que será noticiado, a forma como o material será editado, as falas, imagens, disposição do conteúdo em um suporte, quer seja papel ou meio eletrônico, a pressão exercida pela empresa jornalística com sua linha editorial e interesses políticos e econômicos e o próprio olhar do profissional jornalista, com suas convicções, formação e cultura, tudo isto de alguma forma estará ou não presente no discurso jornalístico. O processo de seleção, edição e apresentação das notícias pela via discursiva leva em conta, ainda, não apenas os aspectos ligados à instância de produção do conteúdo, mas também a instância de recepção, de significação, onde se procura ter em mente o receptor, quer seja o leitor, internauta, telespectador ou ouvinte.

Na esteira ideológica, pelas contribuições do Círculo de Bakhtin, a palavra é o signo ideológico por excelência. Os signos são construções humanas e por isso mesmo se encontram presentes no cotidiano do homem. O signo pode ser entendido de forma geral como a representação de algo e surge exatamente dessa necessidade de representar a fim de compreender, analisar, interpretar e conhecer o mundo. Para Bakhtin/Volochínov (2012) todo signo é ideológico, ele não é neutro, estático, mas ao contrário é vivo, móvel, deve ser compreendido em sua exterioridade, em sua relação com o contexto social e histórico, tendo em vista o caráter dialógico dos sujeitos e discursos. Para Bakhtin/Volochínov (2012), interessam os enunciados concretos, o que importa é a interação, o aspecto dialógico dos

discursos. A palavra, os discursos materializados pela mídia, manifestam por excelência a ideologia. Conforme dito anteriormente na citação de Lage (2001) a respeito de determinadas práticas jornalísticas, a construção da notícia se dá a partir do fato em si e da forma como o fato é selecionado, reportado e apresentado. Pela ausência ou presença, a forma como se escreve determinada palavra ou citação ou ainda o modo como se pronuncia, a entonação ou expressão facial utilizada para se noticiar o acontecimento, essa forma, essa maneira, irá promover ou não determinado discurso e ideologia, manifesto nas escolhas lexicais para compor a matéria.

Quanto às fontes, com suas falas, em determinados momentos estas serão reproduzidas de forma literal, com a utilização de aspas no caso do texto escrito, mas serão também ressignificadas servindo como base para construção da matéria a partir do olhar jornalístico e neste caso, a escolha da expressão que virá em aspas, o local onde a citação estará presente, isso também traz em si a ideologia presente na mídia e nos sujeitos. A imagem captada, o instante de alegria, de raiva, de dor, o flagrante, a forma como essa imagem irá aparecer na matéria impressa ou eletrônica, tudo isso, todo esse processo de seleção, edição e apresentação, não ocorre alheio a toda essa influência ideológica vivida pelos sujeitos e consequentemente pelos inúmeros discursos que circulam na esfera midiática. Nas palavras de Orlandi (2010, p. 48) acerca da ideologia dos discursos e dos sujeitos, em paráfrase com o pensamento de Pêcheux (1997), que aplicamos aos discursos midiáticos jornalísticos “a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”¹⁷.

2.4 – Prestação de contas

2.4.1 – A comunicação pública

Quando pensamos em uma universidade, a partir da concepção de instituição pública, diferentes ideias podem estar relacionadas à configuração da instituição enquanto órgão público. Se em meio às tantas vertentes possíveis, podemos pensar no serviço público enquanto algo burocrático, em outra vertente podemos pensar na questão que envolve os custos para manutenção da máquina pública e a necessidade de que o cidadão, principal

¹⁷ Desta forma, reforçamos dentro da concepção discursiva, que a ideologia sempre se fará presente nos discursos e nos sujeitos e mais adiante, no capítulo em que trataremos o pensamento ideológico dos sujeitos e discursos, trataremos algumas reflexões sobre a questão ideológica, entendida, como já dissemos, como prática, materializada nos discursos e não enquanto ideias.

responsável pelo financiamento de instituições públicas, seja informado sobre as ações e investimentos de forma a ter ciência do retorno e dos benefícios que determinada instituição pública proporciona ou deveria proporcionar. Veremos nesta seção que a UFG noticiada tanto pela mídia institucional, quanto pela mídia comercial, além das questões que já abordamos ou que ainda abordaremos, a publicação de matérias a respeito de eventos, pesquisas ou investimentos da universidade, também assume aspectos de prestação de contas, algo em estreita vinculação com o conceito de comunicação pública.

Neste sentido, pretendemos nos deter agora, ainda que brevemente, em questões que se referem ao trabalho desempenhado pela Assessoria de Comunicação Social da UFG enquanto unidade responsável pela política de comunicação da universidade e aos aspectos que se delineiam em torno das questões que relacionam a universidade, a comunicação e o serviço público. Assim, quando pensamos nestes três aspectos, entendemos que falar em comunicação, em jornalismo e em mídia exercida e vinculada por um órgão público, é diferente de se pensar a comunicação, o jornalismo e a mídia comercial, privada. Pretendemos com as reflexões, contribuir para pensarmos a construção das notícias e o fazer jornalismo a partir da dimensão de instituição pública, o que nos permitirá estabelecermos reflexões entre a comunicação pública e a privada, sobretudo quando abordaremos no capítulo seguinte a análise de discursos sobre a UFG em *O Popular* e no *Jornal UFG*.

A definição de comunicação pública encontra diferentes concepções por parte dos estudiosos sobre o tema. A comunicação pública quase sempre traz consigo outras noções a exemplo de reflexões sobre público e privado, serviço público, cidadania e prestação de contas. O estudo sobre a comunicação pública no Brasil e seu desenvolvimento enquanto atividade é recente, tendo as primeiras contribuições a partir da redemocratização do Brasil e somente no atual século as reflexões sobre a comunicação pública tem ganhado uma conotação que chega mais próxima do conceito de informação para cidadania. O que se via antes disso, e ainda se vê em alguns casos, era quase sempre uma comunicação pública que se restringia a divulgar os atos de governantes, servindo muito mais como vitrine da administração do que como informação capaz de trazer algum proveito efetivo para o cidadão.

Uma melhor compreensão do que seja comunicação pública no que tange a limitações referentes à legislação e mesmo à mudança na relação entre governo e sociedade, no tocante à comunicação e suas finalidades, tem construído direções para a comunicação pública brasileira que se vinculam de forma mais direta à informação de interesse público. No sentido inclusive de garantir a informação ao cidadão, iniciativas do ponto de vista legal foram criadas ultimamente, a exemplo da Lei de Acesso à Informação, que garante ao cidadão

acesso à informação que seja de seu interesse e determina prazos para que as informações sejam disponibilizadas ao interessado. Para Jorge Duarte (2007, p. 64),

Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo.

Nas instituições públicas, a comunicação deve estar, portanto, acima dos interesses partidários e deve buscar atender ao cidadão no sentido de lhe ser relevante, importante e contribuir para sua formação crítica e não como mera reprodutora de discursos partidários ou políticos. A comunicação pública “diz respeito a um processo comunicativo que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania” (BRANDÃO E., 2007, p. 9). No âmbito do governo federal, a Secretaria de Comunicação Social é responsável pela comunicação no que se refere diretamente à Presidência da República e quanto aos demais órgãos dos poderes executivo, legislativo e judiciário, assessorias próprias ou até mesmo terceirizadas, se incumbem de ser o elo entre governo, sociedade e mídia. Quando se trata da UFG, veremos na seção seguinte que comunicação institucional é responsabilidade da Assessoria de Comunicação, que congrega serviços e profissionais em jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda.

Quando se trata de comunicação pública, Haswani (2013, p. 29) faz algumas distinções que são importantes para nossa reflexão. A noção de público se relaciona àquilo que é de conhecimento geral, divulgado de forma ampla, que pode ser acessado por toda a sociedade. Esfera pública seria o espaço onde se discutem os temas de interesse público e seria também entendida como espaço público, local de coletividade. Já o órgão público, é aquele que de forma direta ou indireta possui o referendo do governo. O conceito de público, muitas vezes, no senso comum, acaba tendo a conotação de algo que exatamente por não ter um “dono” específico, acaba não sendo de ninguém, sendo que, na realidade, público é algo que pertence materialmente ou simbolicamente a todos. No espaço público é onde se encontram e se discutem o interesse público e o privado, a relação entre governos e sociedade ou segmentos da sociedade, é o espaço de construção da democracia, da cidadania, enfim, da coisa pública. Enquanto local de reflexões, discussões e contribuições para se pensar o público, temos a UFG configurando enquanto espaço público por excelência, tendo em vista a diversidade e o caráter acadêmico da instituição universitária. Já enquanto órgão público, temos a UFG

instituição, regida por estatuto, vinculada ao Ministério da Educação e sujeita a regras e normas concernentes ao serviço público federal.

Quando pensamos em comunicação pública, somos levados a pensar quem são os sujeitos dessa comunicação, já que o próprio termo público carrega em si a noção de comum. Desta forma, temos o próprio Estado enquanto instância de emissão representada por seus poderes, agentes públicos e órgãos diversos, que produz conteúdo educativo, informativo, cultural, enfim, que se presta a um determinado serviço ao cidadão. Ter informações, por exemplo, a respeito de gastos públicos, é hoje algo possível e relativamente fácil, graças ao Portal da Transparência, uma iniciativa em que as informações referentes às despesas de governos são tornadas públicas pela internet que, inclusive, disponibiliza consulta, em alguns casos, ao salário dos servidores.

A comunicação pública nos dias de hoje, e, sobretudo em tempos de mídias sociais e de rápida circulação da informação, está associada a transparência, diálogo, relacionamento com o cidadão, participação e forma de garantir direitos e deveres. A comunicação pública é uma prestação de contas que se dá do governo para a sociedade no sentido de que os gastos com a máquina pública, os investimentos, os pagamentos sejam explicitados não apenas por meio de uma comunicação eficiente, mas por meio de ações de melhoria das condições de vida. A comunicação pública incentiva a participação da população na fiscalização, na colaboração e na participação da gestão pública, enfim, é um instrumento que, utilizado adequadamente, promove cidadania.

Ainda que de forma breve, consideramos importante destacar alguns aspectos referentes à comunicação privada, que em sua essência nos remetem a algumas reflexões e questões acerca dos distanciamentos e aproximações entre a comunicação pública e a comunicação privada. Embora os estudos sobre comunicação pública no Brasil sejam recentes e ainda caracterizados pela diversidade de abordagens sobre o assunto, enfocamos aqui o aspecto da prestação de contas, da informação para a cidadania, da relação entre governo e sociedade por meio dos instrumentos públicos de comunicação. Quando pensamos na relação entre comunicação pública e privada no cenário brasileiro, questões como audiência ou alcance, gestão dos veículos de comunicação e até mesmo a forma como se exerce e como se dão os atravessamentos pelo poder, apontam algumas diferenças entre a comunicação pública e a privada.

Na questão do alcance, no caso do jornal impresso e eletrônico, temos no *Jornal UFG* um produto jornalístico que não visa lucro, que é distribuído gratuitamente e que, embora possua estratégias para aprimorar o alcance, não necessariamente possui uma preocupação

mais fortemente centrada nesse aspecto, pensado enquanto fator preponderante para o prestígio e para a própria sobrevivência do periódico. No caso do jornal *O Popular* o alcance ou penetração do jornal é algo de maior relevância que merece estudos detalhados, uma vez que se trata de um jornal privado, com fins lucrativos. O que poderá ocorrer, quando pensamos no alcance de ambos os jornais é o fato de que o *Jornal UFG* ou as mídias públicas, em sua maioria, acabam se especializando em ofertar ao público um conteúdo de cunho mais educativo e cultural, e, por motivos diversos, que vão desde a escassez de recursos até questões de gestão e do tipo de conteúdo ofertado, acabam registrando baixos índices de audiência ou alcance. Nessa relação entre veículo e audiência, podemos pensar que determinadas matérias escritas no periódico universitário dificilmente estariam presentes no jornal *O Popular* simplesmente porque, em uma lógica mercadológica, não são matérias “vendáveis”, atrativas do ponto de vista de um jornal que se define como empresa privada. O desafio da comunicação pública é oferecer um conteúdo de qualidade, de caráter educativo e cultural, sem se separar do público. Para a comunicação privada, os desafios também se referem à qualidade, ao conteúdo, porém, estes aspectos se encontram atravessados pela concorrência, pela disputa de mercado.

Como neste trabalho tratamos de uma instituição pública federal, no caso a maior universidade do estado de Goiás, abordaremos no próximo tópico a questão da assessoria de comunicação, órgão dentro da estrutura pública que tem a responsabilidade por excelência de promover e incentivar a comunicação pública e a comunicação com os diferentes públicos, internos ou externos a instituição.

2.4.2 – Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia

Com nosso foco específico para a Assessoria de Comunicação da UFG, verificamos que uma quantidade enorme e crescente de informações administrativas ou acadêmicas são geradas continuamente e diariamente pela reitoria, pró-reitorias, órgãos administrativos e acadêmicos, além de unidades e regionais do interior. Estas informações são destinadas aos três segmentos que compõem a instituição (alunos, professores e técnico-administrativos), bem como a comunidade externa. Levar a comunicação da instituição de uma forma geral para os diversos públicos internos e externos é tarefa desempenhada pela Ascom da UFG, vinculada administrativamente e financeiramente à reitoria da universidade e que atua em atividades que envolvem imprensa, relações públicas e publicidade institucional, o que implica em produção de informativos impressos e eletrônicos, relacionamento com a mídia,

comunicação institucional, cerimonial e eventos, campanhas publicitárias, dentre outras ações e produtos.

Uma Assessoria de Comunicação, conforme definido pelo Manual de Assessoria de Comunicação da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2008), “funciona por meio da integração entre profissionais de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda, e cabe ao jornalista especificamente o trabalho de relacionamento com a imprensa”. Cabe destacar que, ao se tratar de informações encaminhadas ao público externo, o processo de envio de sugestões de pautas e matérias, conhecidas no meio jornalístico como *press releases*, consiste em um dos principais ou talvez o mais importante mecanismo de divulgação de uma instituição, no qual se estabelece uma relação entre instituição, mídia e sociedade, relação esta permeada por interesses, expectativas e apropriações por parte de quem emite e de quem recebe a informação.

O *release* é definido por Ferraretto e Kopplin (2001, p. 59), como “material de divulgação produzido pela assessoria de imprensa e destinado aos veículos de comunicação. É escrito segundo critérios essencialmente jornalísticos”. Trata-se, portanto, de uma forma de relacionamento com a mídia, já que o *release* possui seu público alvo e, mais do que isso, uma finalidade específica de fazer com que o veículo de comunicação se interesse em realizar a cobertura do acontecimento abordado no texto, o que se torna para a entidade emissora do *release* algo extremamente interessante do ponto de vista da visibilidade e da economia, já que uma matéria em um dado veículo de comunicação representa aquilo que se chama de mídia espontânea, uma divulgação que não necessariamente gera custos se comparada às ações de publicidade e propaganda.

Como já podemos perceber, uma Assessoria de Comunicação trabalha com diferentes e diversos produtos, sendo o *release* apenas um e talvez o mais importante. O que se nota e convém destacar é que o trabalho de assessoria pode ser visto como um processo no qual a assessoria, que compreende a instituição ou pessoa assessorada e que tem a pretensão de se tornar notícia, se diferencia de um veículo de comunicação convencional, já que na assessoria, os interesses, objetivos e expectativas são evidentes e visam promover ou informar determinado acontecimento ou pessoa ligado à assessoria. Busca-se desta forma, “cavar” uma nota, notícia, reportagem nos veículos de comunicação. Costuma-se dizer no jargão jornalístico que na Assessoria de Comunicação, o jornalista encontra-se do outro lado do balcão. Se na mídia convencional o jornalismo se caracteriza, sobretudo pela construção de notícias para veículos de comunicação, em assessoria o propósito é de fato assessorar, prestar um serviço de comunicação jornalística para uma pessoa ou empresa que envolve, sobretudo,

o atendimento à imprensa e a tentativa de se conseguir a veiculação de matérias na mídia por meio do envio de *releases*. São, portanto, posições distintas do profissional jornalista, que se relaciona com a profissão e com a mídia de maneiras distintas, embora a essência do trabalho informativo prevaleça.

Entretanto, nem só de *release* e da busca por espaços na mídia tradicional vive uma assessoria. Outros produtos também são executados e oferecidos, seja ao público interno ou externo. Neste sentido, um dos principais produtos noticiosos da Ascom no âmbito da UFG é o *Jornal UFG*, um informativo impresso de periodicidade mensal que em novembro/dezembro de 2014 chega a edição de número 69 e que tem o objetivo de informar a própria universidade e a sociedade sobre questões que envolvem, mesmo que indiretamente, a UFG. Do ponto de vista dos produtos oferecidos por uma assessoria, o *Jornal UFG* é tido como *house-organ* que podemos definir como um veículo de comunicação impresso ou eletrônico, que se caracteriza por uma comunicação institucional e tem seu público alvo formado tanto por pessoas que compõem diretamente a instituição, quanto por pessoas de segmentos externos a mesma, tais como clientes, imprensa, fornecedores, dentre outros. Um *house-organ* requer planejamento prévio. Ferraretto e Kopplin (2001, p. 129-131) ressaltam que um *house-organ* pode ser entendido como uma forma da instituição fortalecer e estreitar vínculos com os diferentes públicos. Para que se pense na criação de um *house-organ*, é necessário que se tenha definido o público-alvo, os objetivos, o projeto editorial, o projeto gráfico, as responsabilidades e os recursos necessários e custos.

Se o *Jornal UFG* pode ser entendido como veículo de comunicação com características de *house-organ*, o jornal *O Popular*, como já temos mencionado, é um veículo de comunicação comercial e tradicional no estado de Goiás. Embora ambos se caracterizem pela construção de notícias, pela publicação de textos e imagens e um suporte impresso ou eletrônico com o propósito de informar sobre determinados assuntos, do ponto de vista jornalístico, uma das diferenciações entre ambos é justamente o fato de que o jornal institucional busca ser a ferramenta de comunicação de uma determinada empresa com o público interno ou externo à instituição, procurando atender aos interesses da instituição com informações prioritariamente sobre a instituição assessorada. O jornal comercial, por sua vez, é um veículo de comunicação que abarca uma quantidade maior de assuntos e se destina a um público maior, que busca se informar sobre diferentes assuntos e não apenas aqueles que se vinculem a esta ou aquela instituição.

As diferenças do ponto de vista jornalístico entre os dois jornais, embora citadas de forma breve, incidirão sobre a maneira como serão construídas as matérias jornalísticas acerca

da UFG, sobre a forma como a universidade será noticiada. Essas diferenças acabam por influenciar os dizeres de um e outro jornal e assim, também, acarretam diferenças discursivas. Refletiremos acerca das questões discursivas no capítulo seguinte, no entanto, acreditamos de antemão que para o *Jornal UFG*, o discurso midiático é atravessado pelo discurso publicitário institucional, no sentido de tentar assegurar a UFG a visibilidade e a divulgação necessárias. Outros discursos também atravessam o jornal institucional e que são característicos do ambiente universitário, como o discurso estudantil, sindical e científico, dentre outros. Em *O Popular* vemos o discurso midiático atravessado pelo discurso científico nas matérias referentes à universidade, percebido na necessidade que tem o jornal de embasar o discurso, entendido como próprio a um jornal comercial, no discurso científico e acadêmico a fim de que se busque atestar maior veracidade a determinada informação. Temos ainda outros discursos que atravessam o jornal comercial, como o discurso político, econômico e publicitário, dentre tantos.

Falamos do *release* e do *house-organ*, dois produtos importantes e muito frequentes nas assessorias brasileiras, sejam elas vinculadas a instituições públicas, privadas ou mesmo pessoas. Além dos produtos, a própria implantação e funcionamento de uma Assessoria de Comunicação requer planejamento. O planejamento para implantação de uma assessoria deve conter, segundo Ferraretto e Kopplin (2001, p. 36-39), a apresentação, os objetivos, as atividades que serão implementadas, as responsabilidades atribuídas à assessoria e seus componentes e os custos materiais e humanos. Como atividade planejada, além da produção constante de produtos midiáticos, a assessoria exerce o importante trabalho de relacionamento com a mídia, que consiste em atender as demandas apresentadas por veículos de comunicação, seja na indicação de possível fonte para uma matéria, seja na ação em um momento de crise ou mesmo no agendamento de entrevistas.

Nos contatos dos representantes da instituição com os jornalistas dos veículos de comunicação, cabe ao assessor de imprensa tomar todas as providências necessárias para que se obtenham os melhores resultados possíveis. Isso não só vai aumentar as possibilidades de divulgação das informações fornecidas pelo cliente, mas também fazer com que os jornalistas passem a considerá-lo como uma fonte a ser consultada em novas ocasiões. (FERRARETTO e KOPPLIN, 2001, p. 47)

“Nas relações assessorado - imprensa - cliente o que vale é a credibilidade baseada na ética e no pressuposto de que para o jornalista de redação a matéria-prima de seu trabalho é a informação com alto potencial de se transformar em notícia” (FENAJ, 2007). Neste aspecto, ao nos referirmos à UFG enquanto instituição pública, a informação com potencial para se

tornar notícia, é uma informação institucional e que será transformada em notícia institucional. “Ao produzir notícias para a imprensa, as instituições estão transformando ocorrências institucionais em acontecimentos públicos, estão-se pondo em visibilidade” (MONTEIRO, 2003, p. 146). Entretanto, resta-nos saber o que deverá estar na mídia, o que a instituição, a partir de sua Assessoria de Comunicação, quer mostrar por meio da mídia e qual aspecto de forma direta ou indireta da instituição a mídia deseja mostrar. Trata-se de uma negociação complexa, permeada de interesses mútuos e que terá nesta relação não apenas o interesse jornalístico e institucional, mas, sobretudo, o público que se coloca nessa relação a partir da imagem que a instituição e o jornalismo possuem dele e ainda que se coloca de forma ativa enquanto público consumidor, capaz também de influenciar e até mesmo construir a notícia.

Em se tratando de uma Assessoria de Comunicação, pensada enquanto departamento responsável pela comunicação social em uma universidade, capaz de ser influenciada e capaz de influenciar a sociedade por meio do ensino, pesquisa e extensão, é importante que tenhamos em mente este aspecto em particular, o fato de se tratar do relacionamento entre uma assessoria de comunicação universitária e a mídia. Em Stafuzza (2009, p. 161) entendemos que o local ocupado pela assessoria e pelo jornalista com seus discursos construídos na e pela instituição universidade, esse local chamado universidade é caracterizado por ser um ambiente amplo, heterogêneo, composto por diferentes segmentos. Da mesma forma, o jornalista ao tempo em que é profissional, também é servidor público em uma universidade, ou seja, se encontra na posição de jornalista perpassado pela dinâmica do serviço público, com seus aspectos tanto positivos quanto negativos e que irão influenciar diretamente na rotina de produção de conteúdos jornalísticos.

CAPÍTULO 3

ANÁLISES DE DISCURSOS SOBRE A UNIVERSIDADE

3.1 – Condições de produção dos dizeres midiáticos produzidos na universidade

3.1.1 – Sociedade, universidade e seus segmentos

Neste capítulo trataremos especificamente das questões que envolvem os aspectos discursivos que se referem às matérias jornalísticas veiculadas pelos jornais *O Popular* e *Jornal UFG* sobre a UFG. Para refletirmos sobre os distanciamentos e aproximações entre os dois jornais é importante que pensemos sobre as condições de produção (CP) dos periódicos estudados e que irão acarretar distanciamentos ou aproximações do ponto de vista técnico e discursivo. Como estamos tratando da relação entre discurso, mídia e universidade, é importante que falemos, ainda que de forma breve, sobre a universidade e sua relação com a sociedade e consigo mesma. A noção de CP em Pêcheux (1997) envolve os sujeitos e a situação e nos ajudará a refletir sobre a posição discursiva dos sujeitos, sobre os aspectos da memória discursiva presentes nos discursos e sobre a própria situação em que os discursos são produzidos e produzem sentidos.

Uma universidade pública, sem dúvida, é grande produtora de conhecimento. Além do ensino em si, pesquisas e projetos são desenvolvidos nas mais diversas áreas do conhecimento humano por pesquisadores e estudantes. Experimentos em laboratórios, discussões em grupos de pesquisa, eventos acadêmicos, projetos de extensão voltados à comunidade externa, são algumas origens ou locais onde este conhecimento é produzido. Em uma primeira instância, o que é produzido circula dentro do próprio contexto onde ocorre a produção, nos dizeres dos agentes envolvidos no trabalho, entretanto, essa circulação ainda se dá de forma restrita e em linguagem própria ao meio, muitas vezes marcada por termos e expressões de caráter técnico e científico. Em outra instância, essa circulação extrapola o laboratório ou grupo de pesquisa e se volta, enquanto produto ou algo em produção, para diferentes e diversificados públicos, que se situam, desde a esfera acadêmica e científica, com a publicação em periódicos especializados, passando pelos eventos e ações de extensão e por fim, com conseqüente repercussão destes pela mídia.

Para que pensemos acerca dos dizeres que a mídia aborda com relação à universidade, antes, porém, se faz necessário refletirmos brevemente sobre a própria concepção de universidade na sociedade. Não é nosso propósito esgotar o tema, mas desejamos trazer algumas reflexões a serem discutidas no âmbito da própria universidade e das políticas

públicas de apoio e incentivo ao ensino superior. Em um tempo onde as universidades federais alcançaram um vertiginoso crescimento, sobretudo no que se refere ao aumento da oferta de vagas e da estrutura física, algumas questões se mostram desafiadoras e problemáticas para gestores e para a sociedade e que foram ocasionadas a partir da própria expansão do sistema público federal de ensino superior.

Para a UFG, o desafio da consolidação de cursos, das condições de permanência do aluno na universidade, da recomposição do quadro de técnico-administrativos e docentes, além da própria estrutura física em consolidação e das condições para o bom andamento do ensino, pesquisa e extensão, são alguns pontos a serem refletidos por gestores e pela comunidade universitária. A universidade é espaço do contraditório, do debate, da diferença e é, também, espaço para relações entre pessoas, entre sujeitos diversos. A universidade precisa ter sempre um ponto de contato permanente com a sociedade, por meio de ações que envolvam e que tragam, no sentido de somar conhecimentos, a voz dos diversos segmentos que compõem a sociedade.

Ao refletir sobre a universidade e a sociedade, Buarque (2003, p. 4) afirma que a universidade é um mecanismo de esperança, mas que é preciso antes, que a própria instituição recupere a esperança em si mesma. Embora, talvez uma parcela da sociedade não confie ou mesmo desconheça o papel da universidade, as mudanças, segundo Buarque (2003, p. 8), passam pelo retorno da dianteira do conhecimento crítico pela universidade, pela capacidade de assegurar o futuro de seus estudantes, pela difusão do conhecimento, pelo compromisso e responsabilidade com um futuro sem exclusões e pelo reconhecimento de que a universidade integra um todo, não sendo uma instituição isolada. Muito além de fornecer mão de obra qualificada ou pesquisadores, a universidade precisa ser o espaço de construção e de transformação da sociedade em tempos de ensino a distância, de surgimento de novas mídias interativas, de desigualdades sociais, de avanços científicos, de novas demandas e de uma nova configuração do mercado de trabalho. Uma efetiva participação da universidade na sociedade e vice-versa é, talvez, o caminho para se pensar e avançar, no sentido de que tenhamos não apenas o desenvolvimento das instituições, do ensino, da pesquisa, da extensão e da sociedade, mas também para que as demais instituições, a exemplo da mídia, tão necessária à divulgação das ações universitárias, sejam de fato parceiras capazes de aproveitar o enorme potencial das universidades, não se restringindo a apenas fontes isoladas para entrevistas, mas em espaço para discussão, inclusive, das questões que podem envolver a própria universidade e a mídia.

Ao refletirmos em poucas linhas sobre a instituição universitária, já que estamos falando de dizeres produzidos sobre universidade, presentes em matérias jornalísticas nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*, após esboçarmos ideias sobre a instituição, é importante salientar que a universidade é composta por sujeitos que integram, embora em torno de uma mesma instituição, segmentos distintos e que possuem papéis específicos dentro da estrutura de funcionamento da instituição, mas que, em algum momento se juntam e formam o conjunto, denominado, em nosso caso, UFG. O estatuto da universidade (2014) afirma em seu artigo 98 que “a Comunidade Universitária será constituída pelos professores, estudantes e servidores técnico-administrativos”. Portanto, os segmentos são distintos, com diferentes formas de relacionamento com a universidade, mas que se relacionam entre si e com a sociedade e compõem o patrimônio humano da instituição.

A UFG é assim uma instituição pública de ensino, pesquisa e extensão, integrante da rede federal de ensino superior, legalmente constituída como autarquia, ou seja, dotada de autoadministração, vinculada hierarquicamente ao Ministério da Educação. Sendo uma instituição, sobretudo, de ensino, a UFG é também composta pelos segmentos que compõem a já mencionada comunidade universitária. Portanto, o que se verifica é, ao mesmo tempo, a UFG dotada de personalidade jurídica, enquanto órgão público e a UFG que podemos dizer, dotada de personalidade física, formada por aqueles que a compõem e que movimentam e dão vida à universidade. Assim, pela própria constituição da UFG, é possível perceber a multiplicidade de discursos, de vozes, de sujeitos, de ideologias, presentes na pessoa jurídica e nas pessoas físicas que integram a universidade.

Perguntamos então, quais discursos a universidade faz circular na mídia ou, ainda, quais discursos sobre a universidade a mídia se interessa em noticiar, quais serão alvos de coberturas jornalísticas? Podemos pensar em uma relação entre universidade e sociedade, onde a mídia exerce importância preponderante, fazendo circular discursos, produzindo sentidos, a partir daquilo que os jornais publicam sobre a UFG. O que temos, portanto, não é simplesmente o processo de noticiar eventos, cursos, pesquisas, informações boas ou ruins sobre a universidade. Ao longo do trabalho de análise, veremos que características como linha editorial, público preferencial ao qual se destina o periódico, rotinas de produção e até mesmo a linguagem, a forma como são contextualizados ou não determinados temas e a forma de relacionamento dos jornais com a UFG demonstram sobre que aspecto a mídia aborda a universidade. Para o *Jornal UFG*, por exemplo, interessa o discurso institucional ou o que se aproxima dele e, neste sentido, são recorrentes as entrevistas aos ocupantes de cargos de direção, chefia e assessoramento, bem como a aspectos pertinentes ao universo da pesquisa,

do ensino, da infra-estrutura, enfim. Para o jornal *O Popular*, interessam, quase sempre, o depoimento de um especialista, determinado evento promovido pela instituição, sobretudo nas esferas de cultura e extensão e ainda certas demandas, apontadas pelos segmentos universitários ou mesmo pela sociedade em si, a exemplo da discussão que envolve a política de cotas sociais e raciais e as formas de ingresso na universidade.

Para Charaudeau (2012, p. 86), as mídias, quanto à sua finalidade, oscilam entre a preocupação entre informar, enquanto ato de levar ao cidadão as informações que a própria mídia julga, com base em pressupostos, serem de interesse público, e a tensão de uma lógica propriamente mercadológica, onde as mídias, enquanto empresas, necessitam lançar mão de estratégias de sobrevivência. Ao recorrer à universidade, as mídias em geral, poderão fazê-las no sentido de atribuir a uma informação a credibilidade de que se faz necessária, por exemplo, em uma matéria que trate de um fato cotidiano, como aquecimento global, mas que precisa ser endossada, referendada pelo crivo técnico-científico. Assim, interessam às mídias, em nosso caso, aos dois jornais em análise, os discursos produzidos pela universidade e que, em primeiro momento serviriam como fonte para uma matéria ou mesmo enquanto divulgação de alguma ação, mas interessaria também a mídia, tratar da universidade enquanto instituição em si, integrada à sociedade, capaz de influenciar e ser influenciada por ela. A UFG é, assim, por sua complexidade, por sua produção, por sua história, por sua credibilidade e por outros motivos, algo que interessa à mídia, seja com enfoque institucional ou comercial, mas o fato é que a universidade e tudo aquilo, ou quase tudo aquilo que a compõe, é alvo permanente de produções e discursos onde se misturam, para nossa análise, o discurso institucional e o midiático, com o propósito de divulgar, questionar e refletir acerca da sociedade.

3.1.2 – Condições de produção

Após discorrermos de forma breve sobre a instituição UFG, sua relação com a sociedade e com a mídia, segmentos que a constituem com suas diferentes formas de relacionamento com a universidade, podemos assim pensar acerca das condições de produção dos dizeres que a mídia produz sobre a universidade. A proposta da AD, para a França da década de 60, veio a calhar com o contexto sócio-histórico da época, com ocorrência do estruturalismo triunfante e da linguística promovida a ciência piloto, época de crises políticas e sociais com conseqüente crise epistemológica, dos princípios fundamentais das ciências humanas, que leva à necessidade de rever objetos e bases das ciências humanas. A AD nasce pensada enquanto instrumento de intervenção social. A noção de condições de produção (que chamaremos daqui para frente de CP) é originária do trabalho de Pêcheux no texto *Análise*

Automática do Discurso (AAD-69) no qual o autor mostra a preocupação em se considerar os aspectos exteriores a língua.

A noção de CP em Pêcheux parte do clássico esquema comunicacional de Jakobson e a partir do que propõe o linguista russo, Pêcheux (2010, p. 81) designa os interlocutores não como meramente presença física ou simples transmissão de determinada mensagem entre A e B. Para ele, a partir da proposta de releitura da teoria de Jakobson, A e B são compreendidos enquanto lugares, posições ocupadas pelo sujeito em um aspecto social. Estes lugares encontram-se representados e assim o discurso é compreendido como efeito de sentidos entre interlocutores. Para Pêcheux (2010, p. 81), “em outros termos, o que funciona nos processos discursivos é uma série de formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao outro, a imagem que eles se fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro”. As formações imaginárias se fazem presentes nos efeitos de sentidos e referem-se a imagens construídas socialmente e ideologicamente, não sendo puramente uma imagem intersubjetiva, de sujeito para sujeito, mas a imagem que o sujeito faz de si e do outro a partir de representações imaginárias. Neste sentido, para Pêcheux (2010), o sujeito do discurso, ocupa posições, lugares, se constituindo a partir do exterior.

Convém ressaltar que a própria concepção de sujeito em Pêcheux experimentou significativas reformulações e que, na chamada primeira fase da AD, que coincide com o surgimento da noção de CP, o sujeito é concebido como assujeitado, submetido a regras, não sendo livre, embora tenha a ilusão de o ser. A noção de CP descrita em AAD-69 também faz surgir a partir das noções de já-dito e já-ouvido, o “embrião” das noções de interdiscurso e formações discursivas, que serão alvo das reflexões de Pêcheux na segunda fase da AD. O já-dito, já-ouvido se relaciona ao fato de que “a percepção é sempre atravessada pelo já-ouvido e o já-dito, através do quais se constitui a substância das formações imaginárias” (PÊCHEUX, 2010, p. 85). O sujeito, ao enunciar, leva em conta a situação e as posições (sujeitos) envolvidas. Neste aspecto, a partir do lugar ocupado por si e pelo outro, é possível ao sujeito antever a resposta, por meio de posições e formações imaginárias que fazem com que o sujeito experimente este lugar. A isto Pêcheux (2010, p. 86) dirá que se trata de por em cena as relações de força, que são dotadas de um caráter exterior à situação em si e as relações de sentidos, que se estabelecem na própria situação. Sendo assim, Pêcheux (2010, p. 85) nos dirá que “um discurso é sempre pronunciado a partir de condições de produção dadas” pondo em cena sujeitos e situações.

Obviamente que ao propor a noção de CP em AAD-69, Pêcheux é ainda fortemente influenciado pelo estruturalismo. Concebida em AAD-69 ainda com base em discursos

estáveis e homogêneos, voltada ao discurso político, Pêcheux ao longo de sua incursão pelo discurso irá repensar e refletir acerca da teoria em construção. Neste sentido, em um trabalho de retomada de determinadas noções e ao iniciar a revisão teórica de pontos anteriores e que acaba por instaurar a segunda fase da AD em 1975, Pêcheux (2010, p. 169), juntamente com Fuchs, esclarece que o texto de 1969 trazia ambiguidades pelo fato de que

O termo “condições de produção” designava ao mesmo tempo o efeito das relações de lugar nas quais se acha inscrito o sujeito e a “situação” no sentido concreto e empírico do termo, isto é, o ambiente material e institucional, os papéis mais ou menos conscientemente colocados em jogo etc.

A situação, portanto, acabaria por determinar de forma subjetiva as atitudes do sujeito frente a uma situação experimentada. Desta forma Pêcheux procura desfazer a ambiguidade das CP no que se refere ao lugar de inscrição do sujeito e à situação concreta, material e institucional e assim procura situar o real, ou seja, as determinações históricas e ideológicas em relação ao imaginário, ao lugar social ao qual o sujeito pertence e se reconhece. A noção de CP, portanto, deve ser pensada a partir de uma construção histórica e social, do que já foi dito e do que já foi ouvido, sendo necessário desvincular a noção de uma concepção psicologizante do sujeito. Para Orlandi (2010, p. 30), as CP compreendem sujeitos e situação, se fazendo presente também a memória dos sujeitos e instituições. Sendo assim, em sentido estrito, envolve o contexto imediato, que engloba o suporte material dos dizeres, os sujeitos presentes nos dizeres e o local, o ambiente onde os dizeres são produzidos, enquanto em um sentido amplo, as CP tratam de aspectos ideológicos, sociais e históricos. O sujeito, assim, não é senhor do seu discurso, e por isso, algo significa antes, no já-dito, na relação com outros discursos. Quando refletimos acerca das CP dos discursos, estas “implicam o que é material (a língua sujeita a equívoco e a historicidade), o que é institucional (a formação social, em sua ordem) e o mecanismo imaginário” (ORLANDI, 2010, p. 40). Assim, não se trata da posição empírica ocupada pelo sujeito, mas sim, da imagem que se faz acerca da posição ocupada e que revela na relação discursiva relações de força, sentidos e antecipação. Os discursos midiáticos são produzidos neste cenário onde estão inseridos sujeitos e situações. A matéria jornalística veiculada traz consigo o aspecto informativo e também todo um contexto ideológico, histórico e social em um aspecto mais amplo. Veremos como se dá a relação entre CP e dizeres midiáticos, na tentativa de buscar compreender as CP dos dizeres sobre a universidade na mídia goiana.

3.1.3 – Dizeres midiáticos e condições de produção

Quando refletimos sobre as CP dos dizeres midiáticos sobre a universidade temos todo um aporte social, histórico e ideológico relativo à universidade e à mídia. Estamos nos referindo a duas instituições, mídia e universidade, que na qualidade de instituições, ocupam posições distintas na sociedade, tendo em vista a finalidade informativa da mídia e a característica de ensino, pesquisa e extensão da universidade. Na mídia estão jornalistas, anunciantes, fontes, empresários da comunicação e público e na universidade estão professores, técnicos, estudantes e segmentos ou pessoas que se relacionam de forma direta ou indireta com a universidade, como por exemplo, os movimentos sociais. Os sujeitos produzem dizeres, neste caso, a partir de um lugar institucional, de sua filiação e posição ocupada na instituição. Estes dizeres aparecem em diferentes suportes, e, para nosso estudo, citamos os jornais *O Popular* e *Jornal UFG*. Nestes suportes, o ambiente universitário em seu aspecto estrito, voltado para questões de âmbito mais interno bem como a aspectos mais amplos, como a repercussão de uma pesquisa ou de uma manifestação, ganham contornos informativos, com dizeres que recebem o tratamento informativo, noticioso, próprio de uma publicação jornalística e, assim, ganham a dimensão pública por meio da publicação de matérias jornalísticas. Tanto a universidade quanto a mídia não são e não podem ser instituições fechadas em si mesmas, delineadas por muros ou paredes físicas ou imaginárias.

Como já mencionamos, universidade e mídia são instituições formadas por diferentes sujeitos, com foco na informação ou na educação. Nossa reflexão sobre as CP parte daquilo que é produzido e veiculado pelos dois jornais sobre a UFG. O recorte dado à pesquisa propõe por em evidência a relação entre discurso, mídia e universidade e, assim, optamos por trabalhar com matérias jornalísticas que tratem de assuntos que envolvam a UFG e que tenham tido cobertura jornalística por parte dos jornais. Como já temos ventilado em reflexões anteriores e agora, na oportunidade em que trataremos da análise de discursos na mídia jornalística sobre a UFG, temos visto que *Jornal UFG* possui características institucionais, que fazem com que o jornal inclusive carregue o nome da própria instituição, identificando-se enquanto periódico que representa uma instituição em específico. O jornal *O Popular*, por sua vez, se insere em uma dinâmica comercial, se vincula institucionalmente a um grupo de comunicação com atividades voltadas para a informação, diferentemente da universidade, que tem seu foco na educação. Falamos assim que, apesar de não ser prioridade, a universidade, por meio de publicações jornalísticas, é capaz de produzir material noticioso, de adentrar o universo do discurso midiático. O fato, portanto, de ser institucional ou comercial faz com que os dizeres, que formam os discursos sobre a universidade, sejam

produzidos sob diferentes CP. O discurso institucional universitário é definido por Santos (2000, p. 102) como

Efeitos de sentido produzidos pelas vozes, pelos sentidos e pelos enunciados vinculados à instituição – universidade – manifestados através: i) da produção acadêmica de seus membros; ii) do registro documental, que historiciza as filiações epistemológicas desses membros e que delinea o projeto científico-pedagógico de instauração e funcionamento de um curso superior e iii) das representações decorrentes dessas filiações sobre o tipo de profissional que objetiva preparar para o mercado de trabalho. [...] Esses sujeitos, via de regra, se circunscrevem em determinadas filiações teóricas por escolha ou por adesão institucional. Essa opção, geralmente, está vinculada aos propósitos acadêmicos desses membros ou à natureza de sua vinculação funcional nas instituições em que trabalham.

Além do discurso institucional universitário, com sua produção acadêmica, suas filiações teóricas e projeto científico-pedagógico, podemos dizer que há também um tipo de discurso que será responsável pela divulgação das ações da universidade por meio da “transformação” da linguagem acadêmica e científica em uma linguagem jornalística. Neste sentido, o discurso institucional universitário acaba sendo o que podemos entender como matéria-prima, fonte geradora do discurso midiático institucional universitário, entendido neste trabalho, como o discurso produzido a partir dos dizeres da universidade como um todo e que, ao ressoar em um departamento específico da universidade, responsável pela comunicação da UFG acaba adquirindo contornos noticiosos, jornalísticos e informativos. Trata-se, portanto, de uma ramificação, uma extensão do discurso institucional universitário, que permanece vinculado à instituição universidade, entretanto, claramente focado na informação, no alcance do público interno e externo à UFG. Assim, dentre as diferentes vozes produtoras de dizeres sobre a universidade, nossa proposta aqui é nos atentar para a UFG, porém no aspecto dos dizeres midiáticos sobre a instituição. Optamos por analisar os jornais produzidos entre os anos de 2010 a 2013. O início da análise em 2010 decorre de uma questão prática, isto porque a réplica da versão impressa do *Jornal UFG* passou a ser disponibilizada em formato PDF na página da Assessoria de Comunicação, a partir do referido ano. Desta forma selecionamos em cada ano, um mesmo assunto que foi tratado por cada um dos jornais¹⁸.

O discurso institucional midiático universitário, materializado em nosso caso específico no *Jornal UFG*, é produzido pela Assessoria de Comunicação e assinado por jornalistas ou

¹⁸ Traremos na seção seguinte mais detalhes a respeito da motivação da escolha de versões eletrônicas para análise e quais assuntos foram selecionados.

estudantes de jornalismo. Observamos, no entanto, que o jornalista universitário se vincula institucionalmente a uma instituição, no caso, a UFG. O jornalista universitário já se diferencia do jornalista do discurso midiático comercial, pela própria relação trabalhista para com a instituição ou veículo de comunicação. Não podemos ignorar o fato de que, enquanto o jornalista do veículo comercial é regido por regras trabalhistas da iniciativa privada, onde não há a existência de estabilidade no emprego e também o fato de se encontrar em uma dinâmica competitiva de mercado, o jornalista universitário, por sua vez, possui estabilidade, é submetido a concurso público para exercício de suas funções e, ainda, se vê preso a toda uma estrutura de gestão pública, com suas limitações legais, burocráticas e de recursos. A relação de trabalho, o vínculo empregatício, acaba por interferir nas CP dos discursos sobre a universidade, quando pensamos no jornalismo universitário e no jornalismo comercial. Produzir discursos sobre a chancela e vínculo de uma instituição pública ou sobre uma lógica privada e de mercado, é claro, afeta o modo como esses dizeres são produzidos. As rotinas, o tempo de apuração, o posicionamento dos sujeitos, a autoridade exercida por eles e sobre eles, o lugar de enunciação, a circulação, enfim, diversos aspectos diferem de um jornal para outro, constituindo características e CP do discurso da mídia institucional universitária e do discurso da mídia comercial.

Ao nos determos um pouco mais na questão do jornalista enquanto sujeito produtor e consumidor de discursos, enquanto responsável pelo que é estampado nas páginas dos jornais, impresso ou eletrônico, seja por meio de texto ou imagem, enquanto sujeito que, a partir do discurso institucional universitário, constrói o discurso na mídia e para a mídia, entendemos que os posicionamentos diferentes, o *status*, o lugar de onde fala, interfere nas CP e conseqüentemente na construção dos discursos e sentidos. Na esteira do trabalho de Stafuzza (2008) acerca da crítica literária universitária, no qual se afirma que, tendo em vista o discurso universitário, o crítico literário universitário não é um crítico qualquer, e sim um professor, da mesma forma, em extensão ao nosso trabalho, entendemos que o jornalista universitário, também não é um jornalista qualquer e sim um jornalista vinculado ao discurso universitário, ao ambiente de ensino, pesquisa e extensão, a uma instituição pública federal. Portanto, na legitimação do discurso da crítica literária universitária, que entendemos ser pertinente também para o discurso midiático universitário, Stafuzza (2008, p. 137) afirma que “o enunciador deve atribuir a si mesmo e a seu destinatário certo *status* para legitimar seu dizer: ele concede a si próprio no discurso uma posição institucional e marca sua relação com um saber”. Dessa forma, o jornalista universitário legitima seu discurso a partir da universidade,

do ambiente acadêmico e científico ao mesmo tempo em que marca sua vinculação institucional.

Trata-se de um discurso jornalístico que se diferencia do discurso jornalístico comercial tradicional, onde, pela filiação à universidade, por trazer para as matérias textos e imagens de professores e estudantes, do universo acadêmico e de atividades e projetos de pesquisa, aquilo que é dito é revestido de elementos que asseguram ou tentam assegurar maior legitimidade e veracidade ao discurso jornalístico, uma vez que o jornalista se atrela à universidade. Por sua vez, ao jornalista comercial é conferido o *status* não de pertencimento a uma instituição universitária, mas a uma instância midiática propriamente dita, com características comerciais. O jornalista comercial, ao tratar da UFG, utiliza-se de elementos que conferem legitimidade a seu discurso, que poderá ser a instituição universidade ou mesmo a instituição mídia, veículo de comunicação. O fato de algo sobre a UFG estar não apenas em um jornal institucional gera, inclusive, outra forma de construção da notícia, de produção de sentidos, já que o olhar se volta agora para um veículo que, em tese, não teria uma relação direta com a universidade¹⁹. Compartilhamos da posição de Charaudeau (2012, p. 132) de que as notícias são uma construção, entretanto, o fato de ter sido publicada uma matéria sobre a universidade em um periódico comercial, em virtude do não vínculo direto com a universidade, de alguma forma traz tanto para o jornalista quanto para o público, um aspecto diferente, onde o fato de não ser uma publicação da instituição faz com que haja maior liberdade quanto ao tratamento dado pelo jornalista à UFG.

Se por um lado o veículo comercial não possui um compromisso direto com a UFG, vale ressaltar que não existem discursos neutros, totalmente livres. Os discursos produzem sentidos, veiculam ideologias, expressam posições dos sujeitos, se vinculam a um contexto histórico e social. Se para o jornal *O Popular* sua não vinculação com a UFG é capaz de propiciar uma maior liberdade ao se referir à universidade, por outro lado, se pensarmos nas CP dos discursos produzidos por este jornal, essa liberdade é delimitada por interesses comerciais que perpassam os sujeitos e toda a produção e circulação de discursos. Além do aspecto comercial, que trata da sujeição a regras de mercado, outros interesses que envolvem, por exemplo, questões referentes à política e ao poder, perpassam a produção de discursos e a construção de sentidos pelos sujeitos e pelo jornais. Isto quer dizer que, ao nos referirmos aos dizeres da mídia sobre a UFG, se, por um lado não há um compromisso direto com a universidade, por outro lado, o compromisso do jornal, poderá ser, dentro de uma dinâmica

¹⁹ No capítulo seguinte, onde empreenderemos as análises, veremos tais questões ao analisarmos as matérias jornalísticas acerca da UFG.

comercial, com aqueles que por ventura venham gerar receitas para o periódico. Estes geradores de receita poderão ser os leitores ou internautas, mas, poderão ser, também, anunciantes e grupos políticos, por exemplo. Vemos assim que não há uma liberdade plena que seja capaz de fazer com que o jornal possa dizer de forma livre aquilo que desejar.

Desta forma, podemos entender que o jornalista universitário, quando enuncia de dentro da universidade para dentro ou fora da instituição, de certa forma, se reveste do *status* que se assemelha àquele experimentado pelo professor, entretanto, neste caso, não no que se refere ao discurso acadêmico e científico, mas ao discurso jornalístico. O texto jornalístico, é, portanto, produzido pelo jornalista universitário e trata de informações sobre a UFG a partir dos dizeres de pesquisadores, servidores e alunos. No discurso jornalístico comercial, quando nos referimos à UFG, os textos também se constroem a partir dos dizeres de pesquisadores, professores e alunos, no entanto, o material informativo é produzido pelo jornalista da chamada mídia comercial. Temos assim que, além das diferenciações de cada veículo, sendo um institucional e outro comercial, podemos observar também diferenças entre os veículos com relação ao jornalista, seja em sua vinculação institucional, posição ocupada enquanto sujeito e na escolha e forma de apresentação das fontes jornalísticas presentes na construção da notícia. No aspecto comercial, pelo fato de possuir cobertura mais ampla, com foco em informações diversificadas, acreditamos que no jornal *O Popular* o jornalista acaba por trazer fontes vinculadas à universidade com o intuito, na maioria das vezes, de legitimar determinada informação a partir do discurso acadêmico e científico, seja no sentido de endossar ou contradizer a informação veiculada.

Pela posição de não vinculação à universidade, ao tratar da UFG, o jornalista da mídia comercial enuncia de outro lugar, de fora da instituição e, sobretudo, para um público que também é externo a universidade. Pelo fato de ser comercial, o jornal *O Popular* tenta atrair diferentes segmentos da sociedade por meio da diversidade de assuntos tratados pelo jornal que poderiam atrair um maior número de pessoas. Assim se busca não apenas atingir diferentes públicos, mas, também, um número maior de pessoas. Esta relação onde o jornal visa diversificar sua cobertura, onde o público encontrará uma maior diversidade de assuntos, neste caso, e em comparação ao *Jornal UFG*, decorre, sobretudo, do perfil comercial do jornal. Por outro lado, o espaço destinado às publicações sobre a universidade no jornal comercial acaba se perdendo ou se misturando a outras tantas informações. Pensando no jornal como um todo, exatamente pelo fato de tratar de diferentes assuntos e por ter presente anúncios publicitários que compõem junto com as notícias, reportagens e entrevistas as páginas impressas ou eletrônicas do jornal, o espaço destinado à universidade acaba sendo

bem inferior, bem mais reduzido, quando comparado ao jornal institucional. Isso acaba produzindo, quase sempre, textos mais enxutos, associados quase sempre a uma necessidade rápida e básica de informação por parte do público.

O jornalista universitário utiliza como estratégias de legitimação o próprio discurso acadêmico e científico e sua vinculação direta à instituição UFG, entretanto, apesar de produzir tanto para o público interno quanto externo à UFG, o que é publicado acaba atingindo de preferência e prioritariamente o público que se vincula à universidade, uma vez que boa parte dos exemplares é distribuída nos ambientes internos da UFG, ao passo em que na publicação comercial, a universidade é mais um, em meio a tantos fatos noticiados. Por ter matérias que sempre trarão a universidade, o jornal universitário, a fim de que encontre legitimação junto ao público, se torne interessante e capaz de atingir também um público mais diversificado, além das matérias diretamente relacionadas à universidade, costuma abordar temas do cotidiano das pessoas em geral, por meio de pesquisas sobre, por exemplo, o cerrado, ou por meio de um projeto de extensão e cultura, um determinado olhar sobre a cidade, enfim.

Quando verificamos ambos os jornais e pensamos nos sujeitos que escrevem as matérias endereçadas ao público, temos a posição jornalista ocupada por um sujeito, cujos discursos são produzidos sob determinadas CP, não meramente pensadas enquanto circunstâncias de enunciação, mas enquanto posição propriamente dita, ocupada pelo sujeito enquanto jornalista, que se utiliza do aparato midiático para a produção de discursos. Quem enuncia, portanto, é um jornalista, mas também a própria mídia, pelo fato de que aquilo que é produzido pelo jornalista, ganha sentido quando materializado na mídia. Em um sentido mais imediato, o jornalista escreve a partir de situações distintas, considerando-se o jornal *O Popular e Jornal UFG*. Quando ampliamos a discussão percebemos que se misturam e se fazem presentes naquilo que podemos chamar de discursos sobre a universidade na mídia jornalística, a instituição de personalidade jurídica e as diferentes e diversas pessoas físicas. Quando o jornal informa sobre a UFG, a proposta é ouvir a universidade, a instituição universitária, trazendo um posicionamento, digamos, mais institucional. Ao tempo em que se ouve a instituição, se ouvem os seus sujeitos, as pessoas que compõem a instituição universitária. O jornalista na mídia comercial ao procurar a universidade enquanto fonte tem em mente a necessidade demandada pela matéria de ouvir a UFG em seu aspecto institucional e/ou ouvir determinada pessoa vinculada a UFG, em seu aspecto de sujeito vinculado a universidade. Ao longo das análises, neste capítulo, perceberemos que o sujeito reitor, por exemplo, fala enquanto pessoa física e enquanto professor, mas fala também enquanto UFG,

dirigente da instituição. O que é dito por ele, é a UFG enunciando algo, não sendo apenas a pessoa física do reitor, mas, também, a pessoa jurídica da universidade, que enuncia não apenas na mídia jornalística, mas ainda nas comunicações oficiais, nas portarias, resoluções e outros documentos onde temos dizeres sobre a universidade.

Dentre as fontes selecionadas pelo jornalista para a matéria, o professor fala em seu nome, um gestor fala em seu nome, entretanto o faz a partir da posição de representante de uma instituição universitária, o que acaba, até certo ponto, fazendo com que a pessoa jurídica e a pessoa física se aglutinem sobre a aparente existência de uma única pessoa, de um discurso único. Soma-se a isto, pela sua ausência ou presença, a existência não apenas de discursos que se vinculem de forma direta à universidade, mas também discursos externos à instituição, que penetram a universidade e os discursos midiáticos sobre a universidade. Na fala de um professor, por exemplo, temos a sua posição de docente, que enuncia a partir da universidade, mas que também se vincula ideologicamente à determinada linha teórica, a certo movimento social, e deste local, dessa vinculação, os discursos são construídos.

A posição e o *status* de jornalista universitário ou institucional, como vimos, afetam as CP dos discursos midiáticos sobre a UFG. Abrindo a questão e abordando não apenas o jornalista, a situação de enunciação em si, tudo aquilo que de alguma forma foi produzido pela própria universidade e pela mídia sobre a UFG é retomado e ressignificado, tendo em vista a posição ocupada pela universidade vista por ela mesma, pela mídia e pela sociedade, em uma relação que não ocorre de forma simétrica, mas que revela, no jogo das relações entre sujeitos, relações de força, a partir destas posições. Assim, temos não apenas aquele contexto imediato de produção de uma matéria jornalística, de trazer determinada informação sobre a UFG, mas temos um contexto muito mais amplo, histórico, social, ideológico acerca de instituições, de sujeitos, de discursos, que atravessam o discurso universitário e midiático sobre a universidade. Desta forma, o discurso sobre a universidade, seja midiático ou institucional, e a forma como este discurso é produzido, ou seja, suas CP, são atravessadas por outros discursos, formações discursivas, diferentes posicionamentos e formações imaginárias, sobre o que, neste sentido dirá Orlandi (2010, p. 40) que “em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto sócio-histórico e à memória (o saber discursivo, o já-dito)”²⁰.

²⁰ A questão que envolve os atravessamentos discursivos, a formação discursiva e a presença destas formações atravessando e constituindo o discurso da mídia sobre a universidade, será visto em maior detalhe no capítulo seguinte, quando teremos a oportunidade de teorizar melhor o assunto e realizar alguns exercícios de análise.

Apesar de possuírem a mesma materialidade discursiva, que no caso da análise que empreendemos é a internet, e ainda o fato das matérias jornalísticas analisadas tratarem do mesmo assunto, ou seja, a UFG, os dois jornais em análise possuem características próprias e que os tornam diferentes entre si. Em *O Popular*, por se tratar de um jornal diário e comercial, as notícias e reportagens, dentre outras formas de apresentação da informação jornalística que vimos no capítulo anterior, são submetidas a critérios de espaço dentro do projeto de diagramação, que levam em conta não apenas critérios técnicos para disposição de textos e imagens, mas também comerciais, onde, em alguns casos, parte do texto ou imagem é suprimida em favor de um anúncio publicitário. A versão eletrônica, seja com o mesmo conteúdo da impressa ou ainda com atualizações que o jornalismo on-line permite, da mesma forma é submetida a questões técnicas referentes a relação entre texto e imagem, que se referem ao *layout* da página. Soma-se a isto o próprio tempo para apuração dos fatos, o que se chama de prazo para fechamento da edição, que ocorre no início da noite, a fim de que o jornal esteja em circulação nas primeiras horas do dia seguinte, no caso da versão impressa. Já no caso do *Jornal UFG*, por sua vinculação a um órgão público federal, todo o processo de produção é feito sob condições impostas pela própria legislação e pela carência de recursos, quer sejam financeiros ou humanos. Por outro lado, por se tratar de uma publicação mensal, o prazo para sua confecção é maior, embora a equipe seja bem mais restrita do que a de um jornal comercial.

Quando pensamos nas CP dos jornais em análise, refletindo acerca da situação e dos sujeitos, que podem assumir diferentes posicionamentos, que por sua vez expressam relações de força e de sentido e que enunciam a partir do já-dito, do já-ouvido, o processo discursivo caracteriza-se não apenas pelo dito, mas também pela ausência, por aquilo que está presente em outro lugar, em outra Formação Discursiva (FD). A noção de FD que, assim como a própria AD experimenta transformações, será vista com mais detalhes à frente. Adiantamos, porém, que se trata de uma noção de grande relevância para a AD, sendo o lugar de constituição dos sentidos. Temos assim que o sujeito se insere na FD (política, religiosa, acadêmica etc.) construindo discursos e sentidos tendo em vista a sua inserção ou não na FD. Se nos detivermos, por exemplo, na questão das obras e nas construções nos *campi* da UFG e que será alvo de nossa análise logo mais adiante, o sentido de obras e construções será diferente para um estudante, para um operário, para um servidor e para um frequentador do espaço universitário, a partir de sua inserção, por exemplo, na FD estudantil ou na FD gestora-administrativa. Ressaltamos que pelo percurso teórico da AD que parte de discursos mais estáveis para os discursos instáveis, a noção de FD sofre a influência daquilo que lhe é

exterior, onde discursos se relacionam com outros discursos, em que, para Pêcheux (2010, p. 310, grifos do autor) “uma FD não é um espaço estrutural fechado, pois é constitutivamente ‘invadida’ por elementos que vem de outro lugar (isto é, de outras FD) que se repetem nela, fornecendo-lhe suas evidências discursivas fundamentais [...]”.

Pela relação interdiscursiva, os discursos são inscritos em outros discursos, oriundos de outras CP e que são heterogêneas ou homogêneas, isto porque, poderá haver uma relação de concordância ou oposição com uma ou várias FDs. Se no momento de surgimento da noção de CP em ADD-69, Pêcheux pensava os discursos de forma estável, com foco específico no discurso político, disposto a criar um mecanismo de análise informatizada, o que se propunha não era a mera ocupação de um lugar que faltava, mas de fato uma ruptura, a partir do qual Pêcheux foi motivado a pensar a questão do sentido, a pensar aquilo que era exterior à língua. Assim, quando pensamos nas CP de um discurso, a principal contribuição do trabalho de Pêcheux é exatamente trazer este olhar discursivo, de algo que se relaciona e que sofre a influência daquilo que lhe é exterior.

No discurso jornalístico, diferentes sujeitos se articulam, sendo que aquele que se torna mais evidente ao público é o jornalista, entretanto outros sujeitos e, conseqüentemente, discursos se fazem presentes por sua presença em si ou mesmo por sua ausência. O discurso jornalístico é produzido a partir da visão do próprio repórter, com suas impressões, conhecimentos, ideologias e histórias, mas, tendo como base outros dizeres, nos quais se apoia e onde se soma a descrição do próprio fato em si, orientado pela pauta jornalística, onde a matéria é construída com base em informações institucionais, oficiais ou não, e em pessoas entrevistadas, conhecidas no meio jornalístico como fontes. Isto mostra que o discurso midiático jornalístico é extremamente heterogêneo, composto por múltiplos sujeitos e discursos, que são acionados via memória naquilo que significa antes, no interdiscurso. Ao se abordar pelos jornais, por exemplo, as manifestações estudantis, onde a UFG ou pessoas que a compõem são citadas, existe todo um contexto de sujeitos envolvidos nas manifestações com seus discursos além da própria situação em si, dos aspectos sociais, históricos, ideológicos e políticos que culminaram nas manifestações. Existe aí também toda uma memória discursiva de manifestações populares produzidas em outro lugar, por outros sujeitos e dentro de contextos diferentes e que é acionada a fim de que outros discursos se relacionem àquilo que está no âmbito da produção factual. Veremos de forma mais prática, como as CP afetam o discurso midiático sobre a universidade.

3.1.4 – Análise das CP do discurso midiático sobre a UFG

Em junho de 2013 eclodiu pelas ruas do Brasil afora uma onda de manifestações que, em sua maioria, foram organizadas e compostas por jovens estudantes com o objetivo de protestar contra os serviços públicos e contra a corrupção e o gasto desordenado do dinheiro público. A mídia de uma forma geral acompanhou esse momento histórico, por meio da cobertura das manifestações, entretanto, tal cobertura não foi a mesma nos mais diversos segmentos da mídia. Se, em alguns veículos, tivemos uma cobertura que se limitasse mais às manifestações propriamente ditas, aos atos dos manifestantes, em outras o foco foi tentar promover algum tipo de discussão sobre a sociedade e a realidade política brasileira. Na cobertura das manifestações em si, o foco esteve, quase sempre, no confronto, nas situações em que manifestantes enfrentavam as forças policiais. Essa postura foi vista, sobretudo, no início e nos momentos mais tensos do movimento, o que pode ser entendido como tentativa por parte da mídia de desqualificar o movimento em si, trazendo o foco para o confronto e não necessariamente para a essência em si das reivindicações e da discussão sobre a qualidade dos serviços oferecidos à população. E dentro da questão do confronto, temos ainda a questão do vandalismo, que nos momentos iniciais e mais tensos das manifestações, pode ser percebido como foco de interesse da grande mídia. O que se viu em algumas matérias e em determinadas mídias acerca das manifestações foi o atravessamento por discursos vindos de outros lugares, de situações históricas e sociais que foram não apenas lembradas, mas ressignificadas, como por exemplo, traçar um paralelo entre as manifestações populares de junho de 2013 e a luta contra a repressão militar. Já no contexto das manifestações em si, a partir dos aspectos ideológicos, históricos e sociais, o que se viu foram discursos que reivindicavam melhorias nas condições de vida, discursos que pediam paz e outros que se alinhavam a pensamentos nacionalistas que constituíram e atravessaram a construção de discursos e sentidos acerca das manifestações.

Nesse sentido, vejamos alguns atravessamentos discursivos presentes na matéria “Os donos da rua” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e) ²¹. Ao refletirmos sobre as CP dos discursos, temos enquanto circunstâncias de enunciação, enquanto contexto imediato, o momento vivido pelo país com protestos contra o aumento nas tarifas de ônibus e outras reivindicações, como o fim da corrupção, por exemplo. Temos de forma ampla, a insatisfação com as instituições públicas e com seus agentes, a forma como nossa sociedade enxerga e se vê representada por instituições públicas, como por exemplo, o Congresso Nacional e a forma

²¹ Matéria disponível no anexo 09. Todos os anexos também se encontram disponíveis gravados em um CD que integra esta dissertação e que se encontra afixado em sua contracapa. No caso das matérias referentes ao *Jornal UFG*, a leitura das mesmas deverá ser feita por meio do anexo eletrônico que reproduz com maior nitidez as matérias que propomos analisar.

como seus integrantes enxergam a população. Temos todo um contexto histórico, que nos faz enxergar em pessoas, símbolos e cores, os aspectos de outras lutas sociais, revoluções ou manifestações e que surgem nos dizeres dos sujeitos.

A memória, entendida não no sentido de memória biológica e sim como memória discursiva, que faz referência àquilo que foi dito sobre determinado assunto, em outro lugar, em outras circunstâncias e que é mobilizada para a construção dos sentidos, também opera nos discursos quando pensamos nas CP. Os dizeres do estudante de história Iago Montalvão se associam à memória discursiva de outros movimentos estudantis, de discursos produzidos anteriormente e que se articulam com os sujeitos e com o contexto social, histórico e político vivido em junho de 2013. Quando, na reportagem “Os donos da rua” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e) ¹⁰, o estudante de história da UFG Iago Montalvão afirma “ter uma ideologia revolucionária” e quando o texto faz menção ao fato do mesmo ser adepto a camisetas de Che Guevara, toda uma memória que envolve a Revolução Cubana em seu aspecto de movimento revolucionário, influencia e embasa politicamente e ideologicamente os dizeres do estudante. Por sua filiação à ideologia da Revolução Cubana, o mesmo se vê em um contexto de revolução onde o norte é o pensar na coletividade, considerando as minorias. Dessa forma, discursos que se posicionavam ao lado dos menos favorecidos que ecoaram em Cuba por meio de Che Guevara, Fidel Castro e demais líderes da Revolução Cubana, são trazidos para os dizeres do estudante, que se filia a ideais socialistas, como aqueles vistos em Cuba. Temos, evocado pela memória discursiva, pelos discursos que atravessam os dizeres do estudante, discursos que se alinham ideologicamente e discursivamente a um contexto de revolução. O estudante se identifica e traz em suas vestes a figura de alguém que representa para aqueles que são adeptos à ideologia de Guevara, a revolução, a contestação, a luta social. Esta relação com a memória e os discursos revolucionários, em especial a revolução cubana, atravessa e constitui esse sujeito que se identifica e a partir desta posição de identificação, produz sentidos e discursos sobre o contexto de junho de 2013.

Ao retomarmos a discussão de Chaparro (2008) acerca das espécies discursivas, temos na matéria a que nos referimos acima um texto que se configura jornalisticamente enquanto espécie narrativa e que pode ser definida como reportagem, que, diferentemente da notícia, aprofunda a informação, traz algumas reflexões ao perguntar “quem são esses jovens”. A resposta dada pela reportagem é que eles são jovens estudantes universitários engajados em movimentos estudantis, portanto, identifica os sujeitos e suas filiações e posicionamentos a partir do movimento estudantil, que, por sua vez, também é produtor e consumidor de discursos. Temos, assim, mais uma demonstração da presença de outros discursos e de

interpelações ideológicas presentes na matéria em questão, representada pelo fato dos manifestantes serem estudantes. Os dizeres, desta forma, se associam a uma formação histórica e ideológica vinculada a outros discursos e posicionamentos que, na materialidade dos jornais, do discurso midiático, se fazem presentes. Os manifestantes enunciam do lugar de cidadão, mas também de estudante, e, neste aspecto, a universidade é associada a este espaço de luta, como na época da repressão militar e, de certa forma, toda esta memória discursiva retorna nos dizeres dos sujeitos e da imprensa enquanto CP do discurso. “O fato de que há um já-dito que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer, é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso, a sua relação com os sujeitos e com a ideologia” (ORLANDI, 2010, p. 32).

O *Jornal UFG* se apropria da memória de que a universidade é espaço de lutas e embates ideológicos e também aponta uma indagação: “o que faremos depois?” Na reportagem “O que ocorreu nas ruas em junho?” (JORNAL UFG, julho de 2013, p. 6-7)²², as respostas ou reflexões são apontadas pela academia por meio de especialistas e pesquisadores que enunciam a partir desta posição, mas também da posição de cidadãos brasileiros. O que se tem aqui são posicionamentos, sujeitos que enunciam de um ambiente específico, o contexto universitário. Os entrevistados se vinculam à UFG e enunciam a partir de uma publicação da universidade, portanto, demarcando um lugar de análise, de reflexões e não apenas de relato dos acontecimentos. Ocorre, no entanto, que, nas palavras de Orlandi (2010, p. 34), ao se referir à relação entre ideologia e inconsciente em Pêcheux (1997) “ao falarmos nos filiamos à rede de sentidos, mas não aprendemos como fazê-lo, ficando ao sabor da ideologia e do inconsciente”. Os sujeitos, tanto o jornalista que redige a matéria, quanto as fontes utilizadas na entrevista, se filiam não somente à UFG de maneira institucional, mas se filiam a correntes teóricas, a movimentos sociais, a pesquisas acadêmicas, por meio da ideologia que os interpela e os constitui e também pelo inconsciente, onde o sujeito se fragmenta, não tem acesso a todas as respostas, se move na falta, na incompletude.

Já a entrevista “Movimentos estudantis do passado e do presente” (p. 8) e a reportagem “Centros acadêmicos se firmam como espaço de diálogos” (p. 9) (JORNAL UFG, junho de 2013c, p. 8-9)²³, tratam de aspectos históricos acerca dos movimentos estudantis. Dentro do aspecto das CP, os textos e imagens são descritos em uma página com fundo vermelho, cor associada aos movimentos sociais de esquerda. O jornal discute o papel da universidade e,

²² Matéria disponível no anexo 16.

²³ Matéria disponível no anexo 17.

sobretudo, dos movimentos estudantis e, assim, se ocupa em dar voz ao estudante, buscando compreender o que pensam os universitários. A entrevista é trazida em estilo pingue-pongue (perguntas e respostas) e se dirige ao professor Romualdo Pessoa Campos Filho, vinculado ao Instituto de Estudos Socioambientais da UFG e que enuncia a partir da posição de professor e pesquisador, mas, também, de participante no passado dos movimentos estudantis. O texto afirma que entre os anos de 1984 a 1986, o professor Romualdo esteve à frente da direção da União Nacional dos Estudantes (UNE), da mesma forma em que vincula o docente à condição de pesquisador pelo fato, também, de ser membro da Comissão de Altos Estudos do Memórias Reveladas do Centro de Referência das Lutas Políticas no Brasil. A memória discursiva de movimentos estudantis do passado é trazida na reportagem e se manifesta na entrevista, a fim de produzir sentidos para o momento presente.

Quando o professor afirma em relação ao passado e ao presente que “o momento atual difere substancialmente daquele, porque vivemos uma crise de graves proporções [...]” (JORNAL UFG, junho de 2013c, p. 8), temos a inscrição do discurso em uma memória de movimentos estudantis de outras épocas, ou seja, temos discursos produzidos em outros lugares e que atravessam os dizeres, as reflexões acerca dos movimentos estudantis da atualidade, construindo sentidos sobre a mobilização estudantil no Brasil. Temos, portanto, o instante das manifestações inscrito na atualidade e temos a memória, os discursos produzidos anteriormente e que se inscrevem na história e no inconsciente. Na condição que, talvez possa se estabelecer como primeira, a posição de sujeito da fonte na entrevista é a de professor. No entanto, temos a inscrição de uma série de discursos, de posicionamentos do sujeito professor que, além de professor vinculado institucionalmente à UFG, é ex-líder estudantil, pesquisador sobre lutas políticas. Toda essa formação ideológica, histórica, social e política, o atravessa e o constitui enquanto sujeito que oscila, entre diferentes posições, que transita entre a academia, quando se posiciona como pesquisador, mas também como ex-integrante do movimento estudantil, quando retoma sua experiência à frente da UNE. Dessa forma, para ajudar a explicar o presente, a memória discursiva é acionada no sentido de mobilizar outros discursos que afetam o modo como os sentidos são construídos. Isso pode ser percebido na afirmação do professor de que “os últimos acontecimentos não significam, necessariamente, uma retomada das características passadas do movimento estudantil. Algumas mudanças que aconteceram nessas últimas décadas moldaram a juventude a outras perspectivas” (JORNAL UFG, junho de 2013c, p. 8). Para se compreender os movimentos estudantis de hoje, necessariamente, o professor mobiliza a memória discursiva, que produzem efeitos sobre o que é dito.

Tanto em *O Popular* quanto no *Jornal UFG*, nos chama atenção a menção a dois sujeitos, que aparecem tanto em um quanto em outro jornal: o estudante Iago Montalvão e o professor Romualdo Pessoa. Em *O Popular*, Montalvão afirma ter “uma ideologia revolucionária de transformar a sociedade” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e). O estudante é apresentado como um dos coordenadores do movimento estudantil, entretanto, não necessariamente traz em seus dizeres aspectos que podemos chamar de administrativos, referentes à posição que ocupa de coordenador. A presença de Montalvão na reportagem é uma tentativa de mostrar quem são os jovens que protestaram nas ruas e, dessa forma, é relacionada sua história, suas vinculações e sua percepção sobre o presente, a partir do lugar de estudante. Já no *Jornal UFG* o estudante, ao afirmar que “temos quatro membros no Conselho Diretor da Faculdade de História” (JORNAL UFG, julho de 2013, p. 7), se insere também em um contexto de lutas, entretanto, em uma posição ocupada muito mais administrativa, de coordenação. Já o professor Romualdo Pessoa em *O Popular* afirma que, assim como ocorrido em outros países, onde pessoas foram às ruas movidas pela insatisfação e pelo desejo de mudança, da mesma forma no Brasil, esse momento também chegou e levou as pessoas a ocuparem as ruas. No *Jornal UFG*, a presença do professor é mais contextualizada e se insere no âmbito acadêmico propriamente dito, a partir de sua posição de professor que avalia, enquanto estudioso sobre o assunto e enquanto alguém que, no passado, fez parte do movimento estudantil, a questão das manifestações populares.

O que percebemos neste aspecto é que, embora a posição ocupada pelos sujeitos seja de estudante e professor, o veículo onde os discursos são materializados influencia na construção dos discursos, nas CP, na produção de sentidos. A mídia universitária e a mídia comercial terão preocupações diferentes, enfoques diferentes acerca das manifestações. O fato de possuírem perfis e públicos diferenciados afeta a forma como as fontes são trazidas para o corpo da matéria. A fim de legitimar o discurso acadêmico, mais centrado na universidade e interessado, sobretudo, em reflexões e discussões de uma forma geral e em divulgar aspectos referentes ao ambiente universitário, o *Jornal UFG* mobiliza os sujeitos com o propósito de trazer para o material jornalístico a consistência de um discurso jornalístico que é atravessado pelo discurso científico, no sentido de caminhar para a contextualização e reflexão acerca dos fatos. Isso pode se percebido tanto na matéria “Movimentos estudantis do passado e do presente” (p. 8) quanto na reportagem “Centros acadêmicos se firmam como espaço de diálogos” (p. 9) (JORNAL UFG, junho de 2013c, p. 8-9) que, justamente mobiliza sujeitos e discursos, dentro de um contexto universitário e, portanto, se aproximando do universo do ensino e da pesquisa. Assim, ao explicar e refletir sobre as manifestações estudantis, o

discurso jornalístico institucional procura esclarecer pontos de vista e trazer informações que ajudem o leitor ou internauta a construir sentidos. Podemos perceber atravessamentos com o discurso pedagógico, na tentativa mesmo de dar conta das manifestações em uma dimensão mais contextualizada e explicativa.

Já para o jornal *O Popular*, pela sua não vinculação à universidade e ainda pelo fato de também “vender” ao público algo que o mesmo acredita encontrar em um jornal, que é a credibilidade e veracidade, os sujeitos ligados à UFG que surgem na produção jornalística, quase sempre se manifestam discursivamente para legitimar e endossar o que está sendo dito. A reportagem “Os donos da rua” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e), traz o sujeito estudante, vinculado a UFG, no sentido de legitimar todo um discurso sobre a insatisfação popular e para isso, nada melhor do que ouvir os chamados formadores de opinião, e no caso, um deles é o jovem estudante Iago Montalvão. O fato ainda de ser estudante de História e estar vinculado a um projeto de pesquisa sobre a Revolução Cubana reforça a pretensão de fazer com que o sujeito estudante seja mobilizado pelo jornal e pelo sujeito jornalista com o propósito de legitimar o que está sendo dito, uma vez que a universidade é também espaço de mobilização, reflexão e conhecimento.

A reportagem “Em busca da excelência” (O POPULAR, 13 de dezembro de 2010a)²⁴ trata do cinquentenário da UFG. Aqui as posições ocupadas pelos sujeitos, no caso, o estudante Pablo Salvador, integrante do Diretório Central dos Estudantes e o professor Orlando do Amaral, ocupante do cargo de pró-reitor de administração e finanças, além da própria situação vivida pela UFG, um momento de comemoração que também suscita aspectos históricos, visa refletir sobre presente e futuro que emergem de outros discursos. O pró-reitor se insere no discurso administrativo, fala do lugar de gestor, de quem presta contas à sociedade sobre conquistas e problemas enfrentados pela universidade. De sua posição enquanto sujeito, a questão do crescimento da UFG é apontada como investimento público que tem gerado resultados. Não se fala apenas em gestão, em um discurso institucional, mas também em um discurso político que atravessa o discurso institucional e o constitui. O pró-reitor ao afirmar “enfrentamos resistências de alguns setores, havia dúvidas sobre isso, mas parece claro que o ensino está melhorando” (O POPULAR, 13 de dezembro de 2010a), de certa forma articula e mobiliza em seus dizeres um discurso administrativo que se aproxima do discurso político, no sentido de que com empenho e dedicação as dificuldades foram vencidas, algo comumente dito por políticos Brasil afora. Quando o pró-reitor afirma que “é

²⁴ Matéria disponível no anexo 01.

um momento favorável”, podemos perceber também no decorrer do texto a “coincidência” da relação dos investimentos com políticas adotadas pelo governo federal, quando o jornalista traz, por exemplo, dados numéricos que falam do investimento financeiro do governo na UFG que atestam o investimento governamental e o crescimento da universidade.

É interessante observarmos que o que motiva a cobertura da mídia, nesse caso, é o aniversário da UFG. Pelas CP temos o cinquentenário da universidade em um sentido mais estrito, mas temos, também, em um sentido mais ampliado, tudo aquilo que a universidade representa e representou ao longo dos anos para si mesma e para a população. Tradicionalmente é costume na cultura brasileira comemorar e ressaltar aspectos positivos em um momento de aniversário. Para *O Popular*, no entanto, os aspectos de cunho mais negativo, também se manifestam, contrapondo o discurso administrativo. O aluno Pablo Salvador, que integra o movimento estudantil, ao invés de colocar os investimentos do governo federal como tão somente favoráveis, se posiciona de outro lugar ao afirmar que “nós criticamos o Reuni da maneira como ele está sendo implantado” (O POPULAR, 13 de dezembro de 2010a.) O aluno enuncia fora do aspecto numérico em si, a partir do discurso administrativo e de gestão e fala da posição de quem se insere no discurso estudantil que vê o crescimento como danoso, caso não seja pensada a questão da qualidade, o que é atestado em “nós somos a favor da expansão dos cursos e da melhoria da infraestrutura, mas o ensino tem piorado com a contratação de professores sem dedicação exclusiva”. O pró-reitor, por sua vez, afirma na reportagem que “mesmo com o crescimento de oferta, a qualidade não está ameaçada”. São questões apontadas por sujeitos diferentes que se posicionam com base em concepções ideológicas e históricas, a partir também do acionamento de toda uma memória sobre a instituição universidade no que se refere aos investimentos que se articulam no contexto atual apontado na reportagem. Falamos assim de sujeitos que enxergam de diferentes formas a relação entre crescimento e qualidade, a partir dos dizeres aqui mencionados.

No *Jornal UFG*, a reportagem “Memórias do desenvolvimento humano” (JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2010a, p. 4-5)²⁵, a memória institucional se relaciona com o próprio desenvolvimento humano. Aqui a memória sobre o desenvolvimento do estado de Goiás e da região centro-oeste se encontra em relação com a história e desenvolvimento da UFG e vice-versa. O texto afirma que “comunidade universitária e sociedade goiana cresceram juntas, na medida em que a UFG caminhou nesses 50 anos”. São memórias, discursos, sujeitos que se entrecruzam e que constroem a instituição universitária e no caso da

²⁵ Matéria disponível no anexo 11.

materialização no jornal, o discurso midiático universitário sobre o cinquentenário da UFG. O que percebemos, portanto, em ambos os jornais, nos dizeres sobre a universidade repassados pela mídia, é a presença de outros dizeres, sejam eles políticos, sindicais, estudantis, científicos, enfim. Quando um pró-reitor fala de investimentos do governo federal, da ampliação e crescimento da UFG, traz a questão política e representa a universidade, o investimento e a administração. Quando um estudante se posiciona como membro do movimento estudantil, se filia a uma ideologia, representa o segmento discente e os dizeres estudantis. Quando um técnico ou docente fala do ponto de vista do sindicato que representa, temos outros dizeres, provenientes de outra instituição. Verificamos então o caráter extremamente heterogêneo da própria universidade e, sobretudo, dos discursos construídos, bem como dos sentidos, sobre a UFG.

Os sujeitos com suas posições discursivas, o veículo e a forma como os dizeres dos entrevistados aparecem, o aspecto ideológico, os acionamentos da memória discursiva, tudo isso retrata também relações de sentido e de força. Conforme Orlandi (2006, p. 16), ao referir-se a Pêcheux (2010) acerca das relações de força e de sentido presentes nas formações imaginárias, “podemos dizer que o que dizemos tem relação com outros dizeres e que isto faz parte dos efeitos de sentidos de nosso dizer”. Quanto às relações de força, “o lugar social do qual falamos marca o discurso com a força da locução que este lugar representa” (ORLANDI, 2006, p. 16). Tratamos na seção 3.1.2, ainda que de forma breve, sobre as formações imaginárias, entretanto, convém destacarmos que tal mecanismo se manifesta no discurso pela antecipação, pelas relações de força e sentido. Na antecipação é possível uma representação imaginária do interlocutor, o que permite a utilização de estratégias discursivas ao enunciar. Pelas relações de sentido, os discursos se relacionam a outros discursos e nas relações de força, temos a posição ocupada pelo sujeito que enuncia.

Acerca das relações de força, verificamos que o pró-reitor ao afirmar em seus dizeres que “ampliamos as vagas, contratamos professores e técnicos” (O POPULAR, 13 de dezembro de 2010a), fala com a autoridade e *status* de gestor, de dirigente, com todas as prerrogativas deste lugar institucional. O estudante, ao afirmar na mesma matéria “mas em nome da expansão não se pode aceitar que estudantes substituam servidores por falta de pessoal”, contradiz o discurso do gestor, apontando falta de servidores. Além das divergências quanto à existência ou não da contratação de servidores, o que está em evidência é a posição, as relações de força existentes nos dizeres, a marcação do lugar. Se, de um lado, estão os números e o discurso administrativo, de outro estão aqueles que são afetados diretamente pela

existência ou não de servidores, onde está o discurso estudantil. Talvez, se pensarmos na perspectiva cultural, o professor possui posição privilegiada em relação ao estudante.

O que temos aqui é que o discurso midiático sobre a universidade é construído a partir de CP que irão variar em função do periódico e de sua vinculação institucional ou universitária, dos sujeitos e suas posições a partir de cada jornal e de todo o contexto amplo, que envolve aspectos ideológicos, sociais e históricos com a existência de dizeres que se articulam e são acionados pela memória discursiva. Aliado a isso, como discorreremos em alguns pontos no capítulo 2, o fazer jornalístico é sujeito a regras, prazos e técnicas próprias que também afetam o modo e as condições como se produz um jornal e conseqüentemente os dizeres desse jornal. Veremos como se dá a questão da heterogeneidade dos discursos, noção bastante operacional para pensarmos a presença de outros discursos que constituem os dizeres midiáticos.

3.2 – A heterogeneidade dos discursos e dos sujeitos na mídia discursiva

3.2.1 – Heterogeneidades e dialogismo

Pela noção de CP do discurso verificamos que os discursos e sentidos sobre a universidade se diferem, tendo em vista as características, o modo como se dá o fazer jornalístico e os sujeitos e discursos presentes nos dois jornais que analisamos. Frente a essas diferenças, temos, ainda, as posições ocupadas pelos sujeitos, o contexto em que ocorre a enunciação e os discursos que atravessam os discursos sobre a UFG nos dois periódicos. Uma característica perceptível na mídia jornalística é a articulação de diversos sujeitos e discursos. É característica dos textos jornalísticos, ensinado nas faculdades de comunicação, que o jornalista precisa ouvir todos os lados envolvidos na notícia. O que se vê no discurso da mídia jornalística é a presença, explícita ou não, do outro, dos sujeitos que são evocados pela matéria jornalística com o propósito de construir uma informação jornalística, construir sentidos sobre determinado assunto. Temos, assim, essa presença constante do outro, de sujeitos que quase sempre mantêm no discurso jornalístico, relações de conflito, quando uma fonte, um sujeito, contradiz a fala de outro sujeito, como vimos anteriormente no caso das análises sobre o aniversário da UFG. Além desse aspecto que trata da presença de diversos e diferentes sujeitos, o discurso da mídia jornalística dialoga, é atravessado por outros discursos. Essa percepção da presença do outro, de forma evidente ou não, e do diálogo que se estabelece entre discursos, as heterogeneidades enunciativas, serão nesta seção alvo de nossa

reflexão e análise, a fim de compreendermos um pouco mais as formas como se manifestam no discurso sobre a UFG na mídia jornalística o Outro/outro ²⁶.

A noção de heterogeneidade enunciativa, concebida pela linguista francesa Jacqueline Authier-Revuz, a partir dos pressupostos teóricos acerca do dialogismo e interdiscurso e a partir da concepção de sujeito entendido como psicanalítico, com base nos estudos de Lacan, traz para a AD importante contribuição para se pensar sujeitos e discursos não mais assujeitados, mas que se movem em relações discursivas e que oscilam entre consciente e inconsciente. O trabalho de Authier-Revuz para a AD fomenta a questão da presença marcada ou não do Outro/outro por meio das heterogeneidades enunciativas. Embora não seja analista do discurso e sim linguista da enunciação, as contribuições de Authier-Revuz foram bem-vindas ao campo do discurso e ainda o são, sobretudo, a partir da terceira fase da AD, marcada pela contribuição da psicanálise e pela concepção de sujeito descentrado, cindido, clivado, dividido, fragmentado, atravessado por vários discursos e que se situa no entremeio, entre o consciente e o inconsciente. Nessa representação do Outro enquanto inconsciente e do outro enquanto interlocutor, Authier-Revuz trabalha as formas de heterogeneidade mostrada e marcada presentes no discurso. Tais noções, embora não se cite diretamente o nome de Authier-Revuz, são referidas por Pêcheux na terceira fase da AD, ao se referir acerca das questões que envolvem as formas de presença desse outro e que escapa ao controle e se situa na instabilidade discursiva.

Alguns desenvolvimentos teóricos que abordam a questão da heterogeneidade enunciativa conduzem, ao mesmo tempo, a tematizar, nessa linha, as formas linguístico-discursivas do *discurso-outro*: i) discurso de um outro, colocado em cena pelo sujeito, ou discurso do sujeito se colocando em cena como um outro; ii) mas também e sobretudo a insistência de um “alem” interdiscursivo que vem, aquém de todo autocontrole funcional do “ego-eu”, enunciador estratégico que coloca em cena “sua” seqüência, *estruturar* esta encenação (nos pontos de identidade nos quais o “ego-eu” se instala) ao mesmo tempo em que desestabiliza (nos pontos de deriva em que o sujeito passa no outro, onde o controle estratégico de seu discurso lhe escapa). (PÊCHEUX, 2010, p. 313, grifos do autor).

O trabalho de Authier-Revuz, portanto, se faz de extrema pertinência e relevância para a AD, ao teorizar com relação à heterogeneidade enunciativa que contribui para uma percepção

²⁶ Jaqueline Authier-Revuz concebe em seus estudos a presença do Outro/outro por meio da heterogeneidade constitutiva e heterogeneidade mostrada, que se fazem presentes nos discursos. Pela presença do Outro, grafado com inicial maiúscula tem-se a questão do inconsciente lacaniano e da heterogeneidade constitutiva. Já o outro, grafado com inicial minúscula atesta a questão do interlocutor e se refere às formas de heterogeneidades mostradas.

de sujeitos e discursos heterogêneos, não mais fechados em si mesmos ou homogêneos, com base no discurso, na psicanálise e no dialogismo.

O discurso da mídia impressa e eletrônica, o texto jornalístico, é, por sua essência, heterogêneo. Produzido e escrito por um autor, no caso, o jornalista, outras vozes se fazem presentes por sua presença em si ou mesmo por sua ausência. Estes diferentes e diversos sujeitos podem ser desde as fontes entrevistadas para a escrita da matéria ou mesmo a própria empresa jornalística, com sua linha editorial e ideológica, o contexto sócio-histórico que, no discurso, assume a posição de marcas ou não da presença do Outro/outro no discurso da mídia impressa e eletrônica.

Assim como Bakhtin/Volochínov (2012), Authier-Revuz (1990) rejeita a ideia de discursos e sujeitos como sendo monológicos, quando, na realidade, se constituem por meio do dialogismo, condição própria da existência humana. Desta forma, para Bakhtin/Volochínov (2012), interessa o discurso concretizado, produzido por sujeitos falantes em um processo de interação. Uma palavra estanque em um dicionário, não produz interação, não há manifestação do dialogismo que existe, porque todos os enunciados retornam a enunciados anteriores. Para o autor, “apenas o Adão mítico que chegou com a primeira palavra em um mundo virgem, ainda não desacreditado, somente este Adão podia realmente evitar por completo esta mútua orientação dialógica do discurso alheio para o objeto” (BAKHTIN, 1998, p. 88).

O dialogismo, em Bakhtin/Volochínov (2012), diz respeito à própria constituição dos discursos, que são produzidos como resposta a algo e que remetem a outros discursos, onde os mesmos são atravessados, ocupados, habitados pelo discurso do outro em uma relação em que o diálogo se dá na convergência e divergência dos sentidos. Os sentidos são heterogêneos, não sendo, portanto, transparentes, acessíveis por meio de uma percepção imanente, rente ao texto, mas são construídos, a partir de sua exterioridade. Authier-Revuz (2004, p. 26) dirá que “o sentido de um texto, não está, pois, jamais pronto, uma vez que ele se produz nas situações dialógicas ilimitadas que constituem suas leituras possíveis: pensa-se evidentemente na leitura plural”. A própria noção de discurso implica em admitir a este como sendo a língua em movimento, em um dado momento sócio-histórico, portanto, os sentidos poderão variar face aos interlocutores, às condições de produção e a outros tantos fatores que incidem sobre sujeitos, discursos e ideologias. Da mesma forma, enquanto a enunciação, pensada como processo, ocorre apenas uma vez, o mesmo enunciado poderá ser repetido, gerando ressignificações, em outras circunstâncias.

Bakhtin/Volochínov, ainda sobre a questão que envolve o dialogismo e a interação entre interlocutores dirá que

Na realidade, toda palavra comporta *duas faces*. Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, quanto pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte*. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apóia sobre mim numa extremidade, na outra apóia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2012, p. 117, grifos do autor).

Aquele que enuncia, o faz a partir de outrem e assim, seu discurso, encontra-se habitado por discursos outros. Os sujeitos carregam em si discursos outros que estabelecem entre si relações dialógicas e sendo o homem um ser social, ao estabelecer tais relações, os sujeitos e discursos se constituem de forma viva, em pleno e constante movimento, em um universo de confronto, perpassado por ideologias, sentidos, vozes e percepções.

A polifonia, por sua vez, é um termo empregado pela música, que nos estudos de Bakhtin designa a pluralidade de vozes sem que uma se sobreponha a outra. Na polifonia, há uma multiplicidade de vozes, plenas de valor e que não se misturam. De acordo com Bakhtin (1981, p. 2), “a multiplicidade de vozes e consciências independentes e imiscíveis e a autêntica polifonia de vozes plenivalentes constituem, de fato, a peculiaridade fundamental dos romances de Dostoievski”. A voz do autor em Dostoievski não se sobrepõe à voz do herói. Na monofonia, ao contrário, as consciências e vozes são meros objetos e não há espaço para a resposta, a isonomia e a autonomia. O dialogismo trata, portanto, da própria condição de existência de sujeitos e discursos enquanto a polifonia se refere às diversas e diferentes vozes, que se manifestam ou não nos discursos. Authier-Revuz (2004, p. 25, grifos da autora) dirá sobre a contribuição do dialogismo bakhtiniano que “o que se diz de maneira insistente através dessa rede de oposições é o lugar dado ao outro na perspectiva dialógica, mas o outro que não é nem o duplo de um frente a frente, nem mesmo o “diferente”, mas *um outro que atravessa constitutivamente o um*”.

O macrodiálogo bakhtiniano, que se associa às formas de heterogeneidade constitutiva da enunciação, se refere ao discurso referencial, direto e imediato, em que ocorre a interpretação referencial e direta do objeto, sem a marcação do outro, mas que surge da relação com outros discursos, ou seja, sempre haverá dialogismo, entretanto, neste caso, não estarão presentes a estilização, as paródias, as aspas e outras formas de marcação do outro. Já no microdiálogo, se observam diferentes vozes, que se manifestam, por exemplo, no discurso

direto, discurso indireto, aspas e negação, onde se fala de um objeto referencial, mas, se traz também a voz do outro. A decisão, entretanto, de trazer ou não o outro, é do autor, ou seja, há uma subordinação ao discurso do autor. A concepção de microdiálogo bakhtiniano está para a heterogeneidade mostrada de Authier-Revuz.

O dialogismo é, portanto, condição de existência do discurso e este, por sua vez, é permeado pelo outro, que o constitui enquanto sujeito do discurso. Todo discurso é endereçado a um interlocutor, entretanto, não se trata de uma mera transmissão de informações entre A e B, de uma forma linear, mas de um processo dialógico, permeado por sujeitos, sentidos e ideologias. Nos dizeres da mídia acerca da universidade, temos não apenas um determinado jornal que traz uma matéria sobre a UFG seja com o intuito de informar ou divulgar determinado tema que envolva a universidade. Sendo o dialogismo entendido não como diálogo face a face, mas a própria condição de existência dos discursos, a produção midiática será sempre permeada por outros dizeres que se farão presentes nas matérias jornalísticas. O sujeito jornalista que escreve a matéria o faz em função de outro, em resposta a algo, a uma demanda informativa, à proposição de uma pauta jornalística ou pela necessidade informativa do público e mesmo de sobrevivência do veículo de comunicação, que precisa “vender” suas matérias. A matéria jornalística é produzida, sobretudo, por meio de entrevistas onde se encontram as fontes, as diferentes e diversas vozes que estarão presentes no texto e imagem da matéria. O processo de produção da matéria, que envolve diferentes etapas do ponto de vista técnico está assim permeado por diferentes sujeitos e discursos, que se articulam sobre a matéria, se mostrando de forma evidente ou não, mas sempre constituindo o produto noticioso. A heterogeneidade atesta, nos dizeres midiáticos, a presença do Outro/outro e para nós é uma noção bastante operacional e que nos permitirá perceber a evidência da presença do Outro/outro nos dizeres midiáticos sobre a UFG, como veremos neste tópico, no momento em que as análises serão propostas por meio da heterogeneidade mostrada marcada atestada por meio das aspas e por meio da heterogeneidade constitutiva.

3.2.2 – Heterogeneidades enunciativas

A noção de heterogeneidades enunciativas de Authier-Revuz (1990) trata especificamente de duas formas de heterogeneidade, uma constitutiva e outra mostrada. A primeira é condição real para a constituição do discurso. A segunda trata de formas de representação do outro que podem ser marcadas ou não marcadas e se referem, sobretudo, ao interlocutor.

A heterogeneidade constitutiva se apóia no dialogismo bakhtiniano, no qual o que é enunciado encontra-se no terreno do já-dito. O sujeito, portanto, mesmo que inconscientemente, é permeado por outros discursos. Sobre tal forma de heterogeneidade Authier-Revuz explica que se trata de “[...] uma heterogeneidade radical, exterioridade interna ao sujeito e ao discurso, **não localizável** e **não representável**, no discurso que constitui, aquela do **Outro do discurso** – onde estão em jogo o interdiscurso e o inconsciente [...]” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 32, grifos da autora).

Aquilo que se enuncia, portanto, dialoga com o que foi enunciado antes, e traz consigo as marcas daquilo que o sujeito vivenciou e que se manifestam, ainda que de forma inconsciente, no discurso, como algo que escapa ao controle e que emerge em um discurso outro. As palavras são, portanto, sempre as palavras de outros, entretanto, pela heterogeneidade constitutiva, a presença do Outro/outro não se encontra localizável e embora o sujeito tenha a ilusão, que se faz necessária para que o discurso ocorra, de que aquilo que é dito provém de si próprio, na realidade, é prova da heterogeneidade dos sujeitos e discursos. Em nosso caso, no discurso da mídia acerca da UFG, ocorre o diálogo entre discursos, perceptível pela retomada e utilização de termos ou imagens circunscritas em outros discursos, no campo do já-dito, como podemos observar na reportagem “Os donos da rua” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e), quando são evocados sujeitos, discursos e contextos de outros momentos, a exemplo do *impeachment* do ex-presidente Fernando Collor. Também entra no campo composicional do discurso jornalístico aquilo que o jornalista, autor da matéria, carrega em si a partir de concepções sociais, históricas e ideológicas.

As formas de heterogeneidade mostrada podem se apresentar de forma marcada e não marcada onde o outro, o interlocutor, se manifesta de forma explícita ou de forma não explícita. O sujeito negocia com as formas da heterogeneidade e ao tentar, por se tratar de uma ilusão, mostrar/marcar o discurso do outro, negocia o que é próprio do sujeito que enuncia e aquilo que pertença ao outro do discurso, ao interlocutor. O sujeito, o “eu” do discurso, se constitui através das relações com o “tu”. Pela heterogeneidade mostrada marcada ocorre “[...] a **representação**, no discurso, as diferenciações, disjunções, fronteiras interior/exterior pelas quais o **um** – sujeito, discurso – **se delimita na pluralidade dos outros**, e ao mesmo tempo afirma a figura dum enunciador exterior ao seu discurso” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 32, grifos da autora).

O sujeito, que como já dissemos, tem a ilusão de ser dono de seu discurso, marca de forma clara, perceptível, aquilo que advém do outro e que é sinalizado, por exemplo, pela utilização do discurso direto, discurso indireto, aspas, itálicos e glosas. Já pelas formas de

heterogeneidade mostrada não marcada, o outro se manifesta de forma menos perceptível, por meio, por exemplo, de ironia, pastiche, discurso indireto livre e imitação. A heterogeneidade não marcada é, portanto “uma forma mais **arriscada**, porque joga com a diluição, com a dissolução do outro no um, onde este, precisamente aqui, pode ser enfaticamente confirmado, mas também onde pode se perder” (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 34, grifos da autora). As formas marcadas de heterogeneidade são bastante usuais pela mídia impressa no formato eletrônico ou no papel e inclusive se fazem presentes nas próprias técnicas de redação jornalística, como veremos mais adiante. As aspas, por exemplo, determinam a citação literal do entrevistado e são sempre marcadas por verbos de elocução que introduzem e deixam clara tal presença. Já nas charges, tipo de discurso frequentemente presente nos jornais impressos, o chargista, vez por outra, lança mão da ironia para tratar temas do cotidiano, ligados, sobretudo a comportamento e política.

3.2.3 – Heterogeneidades no discurso da mídia sobre a universidade

A UFG enquanto instituição e os inúmeros sujeitos que a compõem são produtores e consumidores ²⁷ de discursos que tratam de avanços científicos, de serviços e questões que envolvem sociedade e comportamento, dentre outros. Assim como não se pensa a mídia sem a sociedade e vice-versa, a universidade, enquanto instituição pública sente-se compelida a prestar contas por meio da divulgação de suas ações, do dinheiro público que nela é empregado para custeio e para investimentos em estrutura, pessoal e serviços. De forma institucional a divulgação fica a cargo da Assessoria de Comunicação que visa estabelecer um elo comunicativo com o público interno e externo à universidade, bem como com a imprensa, por meio de atendimento às demandas deste segmento.

Assim, do ponto de vista da divulgação jornalística, a universidade utiliza os meios oficiais que, em nosso caso, são representados pelo *Jornal UFG*, veículo impresso de divulgação institucional e do jornal *O Popular*, periódico comercial, considerado o principal jornal impresso de Goiás que trará em suas páginas, a partir de critérios próprios de noticiabilidade, a UFG, seja por meio de uma fonte citada em uma matéria, por meio da

²⁷ Consumidores no sentido de que a UFG, além de produzir informações, que por sua vez servirão de fonte para a própria comunicação universitária e para a mídia em geral produzir material noticioso, onde, por exemplo, um discurso científico poderá ser a base para um discurso jornalístico. Também consumidores de discursos, no sentido de que é também influenciada pela sociedade que a compõe e que a cerca. Determinada ação governamental que afeta diretamente a universidade, uma discussão sobre a qualidade do transporte público, por exemplo, podem ser alguns exemplos de que a universidade não só produz, mas consome aquilo que é produzido por outras instâncias. Tais questões, em alguns casos mesmo sendo demandas externas à universidade, de alguma forma penetram o ambiente universitário que proporrá reflexões acerca do tema.

cobertura de determinado evento ou mesmo de um determinado fato, relacionado à universidade que deva ser transformado em informação de interesse público.

O discurso da mídia é extremamente heterogêneo em sua forma constitutiva, assim como o são os demais discursos midiáticos e a presença do Outro/outro se manifesta ou não no discurso jornalístico, de forma marcada ou não marcada. A decisão, entretanto, de trazer o outro e as formas com que este aparecerá, cabe em primeira instância ao jornalista, que pensa ser o senhor de sua produção, quando, na realidade, se insere e é atravessado por outros discursos e pelo inconsciente. Uma das formas mais presentes no discurso jornalístico e que dá conta da heterogeneidade mostrada marcada são as aspas. Exatamente por se tratar de um recurso, tanto do ponto de vista das técnicas de redação jornalística, quanto do ponto de vista da heterogeneidade discursiva, nos atemos aqui, em nossa análise, em especial, a este tipo de heterogeneidade mostrada, que se utiliza das aspas. Quando se utiliza, por exemplo, as aspas, o Manual de Redação da Folha de São Paulo (2013) dirá que se trata de um “sinal gráfico (“”) usado para delimitar uma citação”. Desta forma, o jornalista, autor da matéria, emprega em seu discurso as aspas como forma de heterogeneidade mostrada marcada, justamente nesta intenção de isolar, de chamar a atenção ou mesmo de destacar determinada citação, discurso, de sua fonte ou de um terceiro. Tomamos como exemplos da utilização das aspas, enquanto heterogeneidade mostrada marcada em duas matérias, sendo uma do jornal *O Popular* e outra do *Jornal UFG* e que se referem ao Espaço das Profissões, evento ocorrido na UFG em 2011 e que tem como público preferencial estudantes do ensino médio, com o propósito de esclarecer dúvidas sobre ingresso, carreira e cursos ofertados pela instituição.

No tocante à trajetória de seleção de nosso *corpus*, já tivemos a oportunidade de destacar os critérios que nos levaram a optar por matérias dos jornais *O Popular* e *Jornal UFG* entre os anos de 2010 a 2013 e, ainda, como foram selecionados os assuntos. Observemos, assim, a utilização das aspas em reportagens publicadas em ambos os jornais. Em um primeiro momento, o assunto da cobertura jornalística é o Espaço das Profissões. Trata-se de um evento anual, promovido pela UFG e que serve para mostrar, em especial para os estudantes do nível médio, os cursos oferecidos pela universidade, bem como as perspectivas de mercado de trabalho e carreira. Trata-se mesmo de um evento “vitrine”, um dia em que a UFG abre as portas para quem deseja tirar dúvidas, conversar com professores e alunos, conhecer laboratórios e outros espaços da universidade, enfim.

Na matéria do *Jornal UFG* intitulada “Espaço das Descobertas” (JORNAL UFG, maio de 2001, p. 4-5) ²⁸, a proposta do texto é acompanhar três estudantes que participaram do evento e verificar quais foram as impressões das jovens alunas. Temos no *Jornal UFG*, naquilo que se refere à utilização das aspas enquanto forma de demarcar o outro no discurso, pelo menos dois tipos de sujeitos, que podemos chamar de aqueles que se vinculam institucionalmente à UFG e aqueles que, no momento, são visitantes, não possuem vinculação institucional com a universidade. Dentro desse contexto, podemos notar que quando se trata de não vinculação com a UFG, o que temos são as três meninas, que podemos chamar de protagonistas da reportagem e temos ainda o professor do colégio onde as alunas estudam. Já quanto aos sujeitos vinculados a UFG, temos o reitor, a pró-reitora e a professora de psicologia. Se pensarmos nestes aspectos referentes às formas de heterogeneidade mostrada marcada, manifestadas por meio da utilização das aspas, verificamos que a presença do outro, dos sujeitos vinculados ou não à UFG se manifestam em assuntos distintos, a partir da proposta de cobertura jornalística do Espaço das Profissões. Identificamos ao menos quatro tipos diferentes de assuntos. São eles: curiosidade e interação com o campus, escolha do curso motivada pelo evento, aspectos administrativos e institucionais e visão analítica do evento e dos participantes em geral. Assim, podemos estabelecer o seguinte quadro, onde encontramos os assuntos, os sujeitos presentes na reportagem e suas falas, claramente delimitadas pela presença das aspas.

	Assuntos	Sujeitos	Fala
1	Curiosidade e interação com o campus	Alunas	“Tem alguma outra peça para se usar debaixo desse vestido?”
2	Escolha do curso motivada pelo evento	Alunas	“É este mesmo o meu curso”
3	Escolha do curso motivada pelo evento	Alunas	“E o sapato dele é lindo!”
4	Curiosidade e interação com o campus	Alunas	“Que macaco abusado!”
5	Curiosidade e interação com o campus	Alunas	“Ele vai se machucar!”
6	Escolha do curso motivada pelo evento	Alunas	“É o que eu quero. O curso é a minha cara”
7	Institucional	Pró-reitora	“A promoção de atividades desse tipo serve ao propósito de mostrar aos estudantes que a universidade vai além da sala de aula, englobando ensino, pesquisa, extensão e cultura”
8	Analítica	Professor das alunas	“é importante porque divulga a universidade e mostra de fato o que ela é para os estudantes. Mostrar sua estrutura e seu funcionamento talvez seja mais

²⁸ Matéria disponível no anexo 13.

			importante do que ajudar a definir uma carreira, já que nessa fase do ensino médio a maioria dos jovens já tem uma escolha determinada”
9	Analítica	Professora de Psicologia	“o amadurecimento pessoal é um fator importante nesse processo de escolha profissional e, com tão pouca idade, muitos jovens não se encontram em condições de fazer escolhas tão definitivas em suas vidas. Desse modo, pode ocorrer de o jovem não conseguir definir seu campo de formação numa primeira tentativa”.
10	Analítica	Professora de Psicologia	“importa voltar-se para si mesmo no sentido de conhecer não só seus interesses de forma mais clara, mas seus traços pessoais, familiares e sociais mais amplos, buscando atividades que possam ser desempenhadas na perspectiva de atender certa expectativa de vida futura”
11	Analítica	Professora de Psicologia	“Nos primeiros anos do curso universitário, os estudantes têm uma visão distorcida da relação entre a teoria e a prática da profissão. É importante que, antes de se afastar das aulas, o estudante procure professores e a coordenação do curso para buscar mais informações e ter maior certeza da decisão a tomar, para não sofrer com os riscos de um impulso imediato”.
12	Escolha do curso motivada pelo evento	Alunas	“O vestibular é muito difícil, mas eu pretendo tentar”
13	Institucional	Reitor	“Todo ano nós fazemos um seminário com professores da rede justamente para avaliar o processo seletivo da UFG. É fundamental que haja uma sintonia, para que as escolas possam orientar e preparar seus alunos para ingressar nesta universidade. Nossa preocupação é fazer um vestibular para fora da UFG”
14	Curiosidade e interação com o campus	Estudantes não identificados	“Que diferença faz estudar aqui na UFG ou em outra universidade?”
15	Curiosidade e interação com o campus	Estudantes não identificados	“Por que esse câmpus foi construído tão longe?”
16	Curiosidade e interação com o campus	Estudantes não identificados	“Por que há paredes construídas tão próximas às janelas em todos os prédios?”

Quadro 1: heterogeneidade mostrada marcada (aspas) referentes ao *Jornal UFG* na reportagem “Espaço das Descobertas”.

O que percebemos por meio das aspas é a delimitação, ou tentativa de delimitação do ponto de vista discursivo, daquilo que é próprio do outro, do interlocutor. Quando a aluna diz “É o que eu quero. O curso é a minha cara”, marca-se, portanto, de forma clara, a presença do outro e se atribui a fala ao outro. Para Benites (2002, p. 61)

Portanto, o aspeamento nunca é neutro, mas implica uma tomada estratégica de posição face ao discurso relatado, resultante na aprovação do dito, na sua ridicularização ou na sua negação; revela intenções variadas do locutor que cita, quer no sentido de resguardar-se, protegendo-se das polemicas porque “foi o outro quem disse”, quer no sentido inverso de expor-se a elas, pelo enquadramento do pronunciamento alheio numa sequencia textual-argumentativa que lhe é sutil ou declaradamente divergente ou convergente.

É importante ressaltar que este aspeamento não ocorre ao acaso. Tal operação reflete, pensando no aspecto discursivo, a partir das heterogeneidades enunciativas, um determinado propósito. Pelo quadro acima, verificamos ao menos quatro assuntos ou direcionamentos de sentidos que podem ser construídos a partir das citações das fontes. Notemos, assim, que não há neutralidade na utilização das aspas. Benites (2002) nos alerta ainda que, diferentemente daquilo que se poderá pensar enquanto técnica jornalística, o aspeamento, ao contrário, não confere caráter de objetividade ao texto, mas sim, carrega consigo marcas de subjetividade, que atestam essa intenção de se resguardar ou se expor. Portanto, quando a alunas diz “É o que eu quero. O curso é a minha cara”, o sucesso do evento é atestado pela fala de uma estudante que participou do Espaço das Profissões. Não se opta, assim, em trazer esse saldo positivo do evento por meio de números ou mesmo por meio de uma fala institucional, mas sim, pela fala da aluna, pela exposição de suas impressões.

Temos ainda, além das citações que se referem diretamente à universidade e ao evento, outras que destacamos em nosso quadro como analíticas. Tais citações não tratam tão somente do evento ou da universidade, mas fazem uma breve reflexão sobre escolha profissional e carreira. Quando a psicóloga afirma que “o amadurecimento pessoal é um fator importante nesse processo de escolha profissional [...]”, a reportagem demarca o espaço da análise, que extrapola o evento e que divide com os próprios estudantes, com os pais e com a sociedade, a responsabilidade sobre o evento e seus desdobramentos. Temos aqui, possivelmente, um exemplo da subjetividade no uso das aspas, como vimos nas reflexões de Benites (2002). Embora se trate de dizeres que se referem ao outro, esses dizeres são evocados na reportagem pelos sujeitos que escrevem a página do jornal. A decisão de trazer o outro decorre de uma escolha do jornalista, que acredita faze-lo de forma livre, conforme já tivemos a oportunidade de mencionar.

Podemos entender que esse outro, ao representar a visão analítica, surge exatamente nessa tentativa de que o evento, a universidade ou aqueles que compõem a UFG não são, por si só, responsáveis pelo sucesso da escolha dos estudantes, o que evidencia um juízo de valor,

realizado por um jornal universitário e que justamente trata dessa divisão de responsabilidades, onde a escolha e a formação não ficam somente a cargo da universidade. Podemos pensar, conforme Benites (2002, p. 96), na chamada citação de autoridade segundo a qual “tendo em vista imprimir maior credibilidade a seu argumento, o locutor muitas vezes ancora-o na respeitabilidade e na autoridade de um especialista”. Significa dizer que o ato de pensar a escolha de um curso de graduação, de uma profissão e de uma carreira, é algo que deve ser partilhado, algo que não está apenas no âmbito da universidade e que pode ser comprovado pela fala da psicóloga.

No Jornal *O Popular*, o mesmo tema aparece também com o emprego das aspas e que deixa evidente a presença do outro. Na matéria “Evento na UFG atrai 25 mil estudantes” (O POPULAR, 28 de abril de 2011)²⁹, a estudante Joelma Antônio Pereira afirma que “É a primeira vez que a gente vem. E Estamos achando ótimo”. O aluno Wallyson Moreira, por sua vez, relata que “Essa visita só está servindo para confirmar a minha opção pelo curso de Arquitetura”. São apenas estas as citações que demonstram as formas de heterogeneidade mostrada marcada com a utilização das aspas na reportagem. Trata-se, como já discutimos de uma técnica empregada nos textos jornalísticos onde há a citação literal de um trecho da fala do entrevistado. Já no ponto de vista do discurso e de sua heterogeneidade, ocorre a negociação do sujeito com o Outro/outro, em uma tentativa mesmo de demarcar territórios e consequentemente distanciar os dizeres do jornalista e da fonte, entretanto, como já dissemos, o sujeito necessita do Outro/outro para constituir seu discurso, necessita de uma

[...] zona de “contato” entre exterior(es) e interior que mostra as marcas de distância num discurso é profundamente reveladora deste discurso, de um lado pelos pontos escolhidos para colocar explicitamente fronteiras, limites, demarcações – quer dizer, de que outro é preciso se defender, a que outro é preciso recorrer para se constituir [...] (AUTHIER-REVUZ, 1990, p. 31)

O que podemos perceber no que se refere às diferenças entre o *Jornal UFG* e o jornal *O Popular* é que, além do tamanho das reportagens e do próprio espaço dado à universidade, ao Espaço das Profissões e aos sujeitos de alguma forma envolvidos no evento, a escolha dos sujeitos que aparecem na reportagem ocorre de outra forma. Isso acaba privilegiando apenas os estudantes, sem que seja citada de forma nominal alguma fonte vinculada à UFG. A reportagem foca, de fato, nos estudantes, nas suas reações, falas, gestos, deixando quase que o evento para um plano posterior, onde o destaque, ao menos no início do texto, se volta para os estudantes. As duas citações, a nosso ver, conforme Benites (2002, p. 105), são citações de

²⁹ Matéria disponível no anexo 03.

fidelidade onde a “função exercida pela citação é dar autenticidade ao discurso citante”. Não há aqui nada que indique autoridade, controvérsia, ironia ou polêmica. Optou-se, como no exemplo do estudante Wallyson Moreira por uma citação que comprove e ateste que o mesmo deseja cursar Arquitetura. Authier-Revuz (2004, p. 230, grifos da autora) nos adverte que “a colocação de aspas supõe a manutenção *da ilusão de palavras “suas”* e a manutenção de *um exterior ao discurso* em função da qual as palavras podem ser avaliadas em sua adequação”. Trata-se de uma relação entre interior e exterior, onde as aspas tratam de palavras do interlocutor, palavras atribuídas ao outro, que se situam no exterior e que se constituem para o locutor, como interior³⁰.

Outra forma de heterogeneidade que se faz presente no discurso da mídia sobre a UFG e que também se manifesta em todos os discursos é a heterogeneidade constitutiva e que faz jus ao caráter dialógico dos discursos. Mesmo que de forma inconsciente, o sujeito utiliza-se de outros discursos e manifesta assim o caráter constitutivamente heterogêneo dos sujeitos e discursos. As matérias “O que ocorreu nas ruas em junho?” (JORNAL UFG, julho de 2013b, p. 6-7)³¹ e “Manifestação reúne milhares de pessoas em Goiânia” (O POPULAR, 20 de junho de 2013c)³² referem-se às manifestações populares ocorridas em junho de 2013. A presença do Outro é percebida no fio do discurso e se manifesta pelo inconsciente lacaniano, de onde Authier-Revuz constrói a noção de sujeito que se manifesta pelos “atos falhos”, que escapam à vontade consciente do sujeito e, desta forma, o sujeito oscila entre consciente e o inconsciente e “é nessa *articulação de um discurso com seu avesso pela localização de seus traços na cadeia falada* que a análise pode tentar fazer parecer para o sujeito, *aquilo que é dito, sem que ele saiba, de seu desejo, em sua fala*” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p. 54, grifos da autora).

De outra forma, o dialogismo bakhtiniano “[...] é a *condição* do discurso, e é uma *fronteira interior*, que marca no discurso a relação constitutiva com o outro” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p. 46) e assim se revela o princípio essencialmente dialógico dos discursos. Na matéria “O que ocorreu nas ruas em junho?” (JORNAL UFG, julho de 2013, p. 6-7), os discursos dos entrevistados refletem o diálogo entre discursos que caracterizam a forma

³⁰ Para este trabalho e para este momento, por estarmos trabalhando também com outras noções discursivas e para não nos estendermos muito, optamos por não analisar as formas de heterogeneidade mostrada não marcada, o que poderá ser alvo de projetos futuros.

³¹ Matéria disponível no anexo 16.

³² Matéria disponível no anexo 07.

constitutiva de heterogeneidade, no caso específico, retomando outros momentos e fatos que se inserem no cenário de manifestações estudantis e populares. O entrevistado Francisco Tavares ao afirmar “um bando de alucinados pegou armas e parou policiais nas ruas e se auto intitularam Panteras Negras e hoje temos igualdade racial preambulatória”, ao evocar e acionar a memória de movimentos populares ocorridos anteriormente e ao dialogar com tais discursos, afirma que assim como ocorrido no passado, aquilo que se considera reivindicação poderá ser uma conquista da sociedade.

Trata-se de outros discursos e contextos sociais, históricos e ideológicos que retornam à cena enunciativa pelos sujeitos que, ao enunciarem, constroem sentidos diversos acerca de um tema. As lutas e manifestações populares neste aspecto não são simplesmente um grito no escuro, mas representam, de fato, pelos exemplos citados, a possibilidade de mudança. Se tais fatos não tivessem sido retomados, este sentido de luta que gera resultados práticos, não traria, ainda que de forma inconsciente, esse Outro que se resume em um estímulo para que jovens reivindiquem, uma vez que as experiências do passado mostraram o sucesso de movimentos anteriores. Quando o mesmo entrevistado diz na mesma matéria

Enquanto um bando de gente preservadora da ordem dizia que no mundo do progresso é permitido que crianças de seis e sete anos vivam em uma mina de carvão a 40° e trabalhem 16 horas por dia, um bando de alucinados e um louco desvairado saiu da mina de carvão colocando fogo em tudo dizendo: “temos de parar a produção porque temos de ser ouvidos”, hoje sabemos que lugar de criança é na escola e não trabalhando. (JORNAL UFG, julho de 2013b, p. 6-7).

Da mesma forma, o que se percebe é um retorno do tema mobilização da sociedade e que caracteriza o dialogismo enquanto condição de existência dos discursos e que está presente na matéria jornalística, manifestado pelo sujeito e por suas experiências, leituras e entendimentos a respeito do tema, mesmo que de forma inconsciente. O entrevistado aparece na condição de professor universitário, em um jornal universitário e ainda mais, um professor vinculado à Faculdade de Ciências Sociais, portanto, apto a analisar os fatos. O entrevistado não fala enquanto manifestante que esteve nas ruas, mas fala de outra posição, acadêmica, analítica, necessária para a produção de sentidos na matéria, já que o que move o jornalista e as fontes é a resposta a uma pergunta. E justamente por se tratar de resposta a uma pergunta complexa, a matéria explora a heterogeneidade discursiva, no sentido de trazer diferentes sujeitos que enunciam de diferentes posições. O entrevistado Gabriel Teles, por exemplo, afirma “minha intenção aqui é repassar as minhas experiências sobre os movimentos”, no sentido de trazer para o debate sua vivência de participação nos movimentos sociais, enquanto

outro entrevistado, João Alberto, afirma “Devemos entender as novas práticas políticas por meio dos novos movimentos sociais, dentro do contexto de uma plena democracia”, em uma postura reflexiva. Ambos os entrevistados constituem a si e seus dizeres em uma relação onde o aspecto da heterogeneidade é explorada pela matéria, no sentido de buscar possíveis respostas para a compreensão dos episódios ocorridos em junho de 2013.

Na matéria “Manifestantes em Goiânia contam porque foram às ruas” (O POPULAR, 20 de junho de 2013b)³³, o jornal procura da mesma forma refletir sobre a razão que move milhares de pessoas a ocuparem as ruas de Goiânia. Diferentemente do *Jornal UFG*, não há fala de nenhum professor ou especialista. O que se deixa claro é que os manifestantes são em sua imensa maioria jovens e estudantes, fato constatado quando no decorrer da matéria, logo após os nomes, se identifica a idade e profissão dos entrevistados. Pela própria característica do veículo de ser uma publicação diária e comercial, a matéria se atrela mais ao factual e procura por meio da fala dos entrevistados e do olhar do próprio jornalista, compor uma descrição da manifestação, na tentativa de se obter respostas sobre a motivação da ocupação das ruas.

Na mesma matéria, alguns trechos como “Melhorias no transporte público, na educação, saúde e segurança foram alguns dos temas abordados pelos moradores de Goiânia” e “Os manifestantes foram para as ruas com cartazes que pediam o fim da corrupção, melhorias na qualidade de vida, investimentos nos serviços públicos e no transporte coletivo” são formas com as quais o jornal procura demarcar a pluralidade de temas que mobilizaram a população, mas, também, identifica na relação discursiva, na matéria jornalística o lugar do outro, da fonte, na composição dos dizeres midiáticos, onde o que dito é atribuído à fonte. O estudante entrevistado afirma que “a proposta é uma reforma política geral, atualmente o sistema eleitoral brasileiro favorece a corrupção e nós cansamos disso” (O POPULAR, 20 de junho de 2013b). Está explícito o desejo de mudança na conjuntura política e o descontentamento com o atual panorama político e eleitoral brasileiro. Podemos perceber também, o diálogo com outros dizeres, uma vez que a própria menção a uma reforma política marca a existência do outro, da figura do político, dos partidos políticos e dos governantes, que se fazem presentes nesse enunciado. Assim, a mídia e os diversos sujeitos que a compõem, são continuamente atravessados por outros discursos e que se manifestam naquilo que é enunciado e assim é suscitado um discurso outro.

³³ Matéria disponível no anexo 06.

A noção de heterogeneidade enunciativa é, sem dúvida, uma excelente contribuição dada por Authier-Revuz aos estudos do discurso. Ao trazer o Outro/outro para o campo do discurso, a linguista francesa repensa a concepção de sujeito, tendo como base a Psicanálise e entende também que não existem discursos puros ou palavra neutra, já que os discursos se imbricam, confrontam, concordam, enfim, geram novos discursos, a partir daquilo que foi dito antes. A mídia e os sujeitos que a compõem o tempo todo negociam com aquilo que pertence ao Outro/outro, o que ocorre desde a seleção de uma pauta, do momento da entrevista, da edição e até mesmo da recepção pelo leitor, já que, ao redigir a matéria, o jornalista tem em mente a que público se destina o jornal e, assim, tenta adequar seu discurso ao discurso do leitor/internauta. A heterogeneidade constitutiva e a heterogeneidade mostrada, enquanto instrumentos de análise do discurso midiático ajudam a refletir acerca das instituições midiáticas e da própria sociedade e também da constituição dos sujeitos. Sem que se dê conta, o sujeito que pensa ser total proprietário de seu discurso, tenta distanciar por meio de marcas evidentes ou não o Outro/outro, o que em todo momento é recorrente na mídia e assim, gera-se a ilusão necessária para que os discursos tenham sentido.

Authier-Revuz (1998) aborda ainda na articulação entre as formas de heterogeneidade a questão das não coincidências do dizer, que também são úteis para pensarmos os discursos da mídia sobre a universidade. Para a autora, as não coincidências podem ser interlocutiva, do discurso consigo mesmo, entre as palavras e as coisas e das palavras consigo mesmas. Vejamos as características dessas não-coincidências conforme nos diz Authier-Revuz (1998, p. 22-26):

1. Interlocutiva: entre enunciador e destinatário, onde “uma maneira de dizer ou um sentido não são inteiramente ou absolutamente partilhados [...] ou, ao contrário, tomar em conta o não-um” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 22) , desestabilizando o sentido;
2. Do discurso consigo mesmo: “referência ao dialogismo bakhtiniano – considerando que é **toda palavra** que, por se produzir no ‘meio’ do já-dito dos outros discursos, é habitada pelo discurso outro” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 22, grifos da autora). Trata-se de uma palavra estranha presente na fala e que pertence a outro discurso e que fala de uma fronteira interior/exterior;
3. Entre as palavras e as coisas: se encontra em uma perspectiva dupla em Saussure do “sistema acabado de unidades discretas – e o contínuo, as infinitas singularidades do real a nomear [...]” e em Lacan “da falta (constitutiva do sujeito como falho) de ‘captura pelas letras’, que desemboca na ‘perda’ inerente à linguagem” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 23). Trata-se do lugar da falta, da hesitação, da falta de nomeação;

4. Das palavras consigo mesmas: “testemunham o encontro dos enunciadores com o equívoco que joga em suas palavras” (AUTHIER-REVUZ, 1998, p. 25). Aí estão, dentre outras, desculpas, reservas, fixação de um sentido quando o uso de uma determinada palavra não era exatamente o do sentido empregado.

Vejamos algumas sequências referentes às manifestações populares de 2013, que nos ajudarão a perceber estas formas de não-coincidências do dizer e que se encontram na mesa-redonda ‘O que ocorreu nas ruas em junho’ (Jornal UFG, julho de 2013, p. 6-7) e nas reportagens “Nunca estivemos dormindo” (O POPULAR, 20 de junho de 2013f) e “Os donos da rua” (O POPULAR, 20 de junho de 2013e)

Jornal	Sujeito	Fala	Não-coincidência tipo
Jornal UFG	Francisco Tavares	“ Vocês estudantes disseram que foram chamados de alucinados, delirantes e irresponsáveis” (grifo nosso).	Interlocutiva
Jornal UFG	Francisco Tavares	“Isso me fez lembrar de quando a Maria Antonieta dizia que “ se não tem pão que comam brioques ” e ela era a lúcida responsável e defensora da ordem” (grifo nosso).	Do discurso consigo mesmo
O Popular	Thalys Araújo	“ Acredito que pessoas organizadas podem modificar as coisas e podem lutar pelos seus direitos” (grifo nosso)	Entre as palavras e as coisas
O Popular	Luana Silva Borges	“ Não estamos nas ruas para quebrar, para fazer vandalismo , e sim, para expor nosso descontentamento. Já deu”	Das palavras consigo mesmas

Quadro 2: Exemplos de não-coincidências do dizer em *O Popular* e *Jornal UFG*.

O que temos, por exemplo, nas sequências que se referem ao sujeito Francisco Tavares é uma não coincidência interlocutiva onde os dizeres destacados em negrito se referem a dizeres dos estudantes e não do referido sujeito. Na outra sequência, ainda atribuída a Francisco Tavares, temos a presença do chamado exterior apropriado, onde verificamos a presença de dizeres vindos de outro lugar, de outra época e que se tornam adequados àquilo que é dito no momento. Já a estudante Thalys Araújo revela a coincidência entre enunciador e seu dizer, atestando intencionalidade, uma vontade, uma percepção, que pode ser verificada

no trecho em destaque e que trata dessa não-coincidência entre as palavras e as coisas. A sequência dita por Luana Silva Borges, por sua vez, revela a não-coincidência das palavras consigo mesmas e que busca a fixação de um sentido de que o foco das manifestações não é o vandalismo mas a exposição do descontentamento. Vejamos na próxima sessão as questões que se delineiam em torno dos sentidos, que em AD não são dados, mas sim construídos.

3.3 – Construção dos sentidos nas mídias em análise

3.3.1 – A questão dos sentidos para Pêcheux

Pensar os sentidos é algo ao mesmo tempo fundamental e complexo. Uma palavra, expressão, imagem ou mesmo o silêncio, poderá ter inúmeros e distintos significados. A que se considerar a própria vinculação do sujeito àquilo que fala, silencia, lê, ouve ou escreve e também os aspectos culturais e sociais. Considera-se também a relação com outros sujeitos e com outros discursos, que constituem e atravessam os interlocutores. Pensar os sentidos não é simplesmente questionar o que foi entendido pelo interlocutor quando dizemos determinada palavra, como se o sentido fosse transparente, único, possível de ser apreendido em sua totalidade. Nos sentidos, haverá sempre o espaço da incompletude, da construção de outros sentidos e da variação dos sentidos. Daí a riqueza e complexidade da noção de sentidos para os estudos do discurso. Pretendemos nos deter um pouco nas reflexões sobre os sentidos construídos pela mídia jornalística nos dois jornais que temos analisado a respeito da UFG.

Em Pêcheux, a questão que envolve os sentidos aparece já no início da construção do arcabouço teórico dos estudos empreendidos em AAD-69, a partir de uma reflexão crítica a respeito da teoria da informação de Jakobson, onde se afirma que “não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A e B mas, de modo mais geral, de um ‘efeito de sentidos’ entre pontos A e B” (PÊCHEUX, 2010, p. 81). Percebe-se assim a preocupação que consiste em demonstrar que os sentidos não são dados, não são transparentes, possíveis de ser apreendidos de forma imanente, linear, mas, ao contrário, tem-se uma percepção de língua opaca, onde os sentidos são construídos, no que se chama efeito de sentidos, a partir de posições ocupadas pelos sujeitos e também pelas CP do discurso. Posteriormente, a partir de novas reflexões acerca da teoria, os sentidos estarão mais próximos da noção de formação ideológica (FI) e FD, onde a FD se constitui na matriz de sentido.

Em AAD-69, Pêcheux se ocupa do estudo do efeito metafórico e das famílias parafrásticas. O efeito metafórico é “o fenômeno semântico produzido por uma substituição contextual, para lembrar que esse ‘deslizamento de sentido’ entre x e y é constitutivo do

‘sentido’ designado por x e y” (PÊCHEUX, 2010, p. 96). Trata-se do início da discussão acerca dos sentidos e, assim, o que se quer dizer é que o efeito metafórico trata da substituição contextual de certos termos substituíveis em certos contextos, o que se chama deslizamento de sentido. Não se trata, portanto, de atribuir à metáfora mera substituição ou comparação entre um e outro elemento e sim, na tomada de um pelo outro, no deslizamento mesmo do sentido no qual a transferência é o recurso empregado para que se diga que o sentido não é algo a ser apreendido em uma relação de linearidade.

As famílias parafrásticas, por sua vez, referem-se aos elementos que possuem sentidos semelhantes. Uma sequência discursiva serve de base para que se observem as demais sequências discursivas. Trata-se de um mecanismo operacional de análise abordado por Pêcheux no texto de 1975 *A propósito da Análise Automática do Discurso*, no qual, pela apreensão das famílias parafrásticas, se pretende compreender o processo de produção dos sentidos. Pêcheux (2010, pp. 166-167) dirá que “a produção do sentido é estritamente indissociável da relação de paráfrase entre sequências tais que a família parafrástica destas sequências constitui o que se poderia chamar a ‘matriz de sentido’”. Pêcheux (2010, pp. 168-169) refere-se a estas relações de paráfrase, percebendo, desta forma, que a origem dos sentidos não se encontra no sujeito e por isso os sentidos não são evidentes, sendo então construídos em meio às relações discursivas, aos atravessamentos discursivos e à posição ocupada pelo sujeito. O sujeito tem a ilusão de ser a fonte de seu dizer, entretanto é assujeitado a determinada realidade, não sendo possível a ele escolha. Os sentidos necessitam dos sujeitos, pois não há discurso sem sujeito e vice-versa.

A ilusão que o sujeito tem de ser a origem do sentido é explicada por Pêcheux por meio dos esquecimentos. De acordo com Pêcheux (1997, p. 173), pelo esquecimento de número um, o chamado esquecimento ideológico, o sujeito tem a ilusão de ser a origem do dizer, ou seja, pensa que o primórdio do que é dito está nele, quando, na realidade, o sujeito retoma sentidos preexistentes. Malidier (2003, p. 42) acrescenta que “o sujeito ‘esquece’, ou em outras palavras, recalca que o sentido se forma em um processo que lhe é exterior: a zona do esquecimento número um”. Já pelo esquecimento de número dois, da ordem da enunciação, o sujeito tem a ilusão de que aquilo que é dito só pode ser dito de determinada forma, onde se recorre às famílias parafrásticas para que haja sentido sobre o que é dito, ou seja, o sentido se encontra dentro de uma determinada FD. Malidier (2003, p. 42) se refere ao segundo esquecimento enquanto “a zona em que o sujeito enunciador se move, em que ele constitui seu enunciado, colocando as fronteiras entre o ‘dito’ e o ‘não-dito’”.

Na AAD-69, o processo discursivo se constituía como maquinaria discursiva. Observava-se assim uma invariante, uma sequência discursiva que serve de base para as demais sequências discursivas de onde se busca determinadas regularidades possíveis de serem apreendidas por meio da análise das famílias parafrásticas. O processo discursivo, como o próprio nome evidencia, considera o discurso, o que representa um avanço significativo já em AAD-69 no sentido de considerar os aspectos exteriores, o contexto sócio-histórico. Malidier (2003, p. 40) considera que a noção de paráfrase discursiva operacionalizada é importante para a reflexão ao se considerar que “o efeito de sentido produzido, para o sujeito, no interior da formação discursiva, desemboca no tema que articula centralmente a reflexão: a ilusão subjetiva, melhor, a ilusão que tem o sujeito de estar ‘na fonte do sentido’”. Posteriormente, em *Semântica e Discurso*, a questão do sentido ganha novas considerações a partir da própria noção de FD, que veremos a seguir.

A forma como os discursos são produzidos, a questão que envolve sujeitos e situação, afetam o modo como os sentidos são construídos. Pela noção de FD, de onde se pensava inicialmente em sujeitos assujeitados e discursos homogêneos, o sujeito se insere em uma determinada FD e deste local constrói seus discursos e sentidos. Na terceira fase da AD, com sujeitos e discursos compreendidos como heterogêneos, os sentidos não são possíveis de serem apreendidos em sua totalidade e o sujeito se move a partir das imbricações das FD. Ao relacionarmos a questão dos sentidos e da FD, inicialmente podemos citar Haroche, Henry & Pêcheux (2011, p. 27) que trabalham a questão da FD apoiada na noção de Formações Ideológicas (FI), sendo estas compreendidas como uma força confrontada a outras forças capazes de intervir em uma dada conjuntura ideológica e formação social. Herdada dos estudos de Althusser, a ideologia, em Pêcheux, interpela o indivíduo em sujeito, sendo o discurso o local de materialidade da ideologia. Aprofundaremos posteriormente a questão que envolve a ideologia e os sujeitos sobre o discurso midiático, mas de antemão, Pêcheux (1997, p. 148), tendo como base os estudos de Althusser, dirá que “a Ideologia interpela os indivíduos em sujeitos”. A questão da ideologia para Pêcheux liga-se ainda à questão do sentido, sendo as FD componentes das FI.

As palavras, expressões, preposições, etc., mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às formações ideológicas nas quais essas posições se inscrevem. Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa posição ideológica dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado sob a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc) (PÊCHEUX, 1997, p. 160)

Assim, os sentidos não são dados, mas sim construídos, sendo que as palavras ganham ou perdem sentido de acordo com a FD em que se encontram, a partir das relações que são desenvolvidas dentro de uma mesma ou de uma FD diferente. Pêcheux reconhece a FD enquanto local de construção de sentido e Orlandi (2010, p. 43-45) esclarece que para que se possa constituir o sentido do discurso, as palavras se inscrevem em uma determinada FD, da qual emanam os sentidos. A FD é o local privilegiado dos sentidos, que decorrem da instância ideológica por meio das FI, pela interpelação que a ideologia faz ao sujeito, que pensa atender ao chamado de forma livre, entretanto, sem que se dê conta, de forma inconsciente, ocupa seu lugar em determinado grupo ou classe na sociedade e a partir deste lugar ocupado, passa a produzir sentidos tendo em vista a instância ideológica, pela inscrição em determinada FD, de onde o sujeito enuncia e de onde os sentidos são construídos.

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc, não existe ‘em si mesmo’ (isto é, em sua relação transparente com a literalidade do significante), mas ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas). (PÊCHEUX, 1997, p. 160).

Além da questão que aponta para a FD enquanto matriz de sentido a partir daquilo que lhe é exterior por meio de determinações ideológicas, Pêcheux (1997, p. 162) trabalha a perspectiva do interdiscurso, enquanto aquilo que fala antes ao afirmar que

O próprio de toda formação discursiva é dissimular, na transparência do sentido que nela se forma, a objetividade material contraditória do interdiscurso, que determina essa formação discursiva como tal, objetividade material essa que reside no fato de que “algo fala” sempre “antes, em outro lugar e independentemente”, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas.

O estudo sobre aquilo que fala antes já aparecia em AAD-69 sobre a forma do já dito, onde se estudavam as regularidades discursivas, entretanto, sem relação com outros discursos, com foco no discurso político. Já na AD-2, a expressão interdiscurso propriamente dita, surge de forma mais contundente, como vimos acima. Pêcheux abre caminho para uma concepção mais materialista e ideológica do discurso, por meio do materialismo histórico e da teoria das ideologias, esclarecendo e até mesmo abandonando construções anteriores de sua teoria que consideravam leis psicológicas. O sujeito enuncia a partir do já dito, já ouvido, em uma relação perpassada por outros discursos, na qual o sujeito identifica-se com uma FD que o domina e que é influenciada por aquilo que lhe é exterior e na relação FD e interdiscurso, algo

fala sempre antes e assim, “os elementos do interdiscurso [...] que constituem, no discurso do sujeito, *os traços daquilo que o determina*, são re-inscritos no discurso do próprio sujeito” (PÊCHEUX, 1997, p. 163, grifos do autor). A relação entre interdiscurso e intradiscurso, revela o conflito existente no interior e no exterior dos discursos, no qual o intradiscurso representa o lugar de enunciação enquanto sujeito, ou seja, o lugar da formulação, enquanto o interdiscurso representa o que vem enunciado de outro lugar, do nível da constituição, sob o complexo das FI, ou “em outros termos, o interdiscurso designa o espaço discursivo e ideológico no qual se desdobram as formações discursivas em função de relações de dominação, subordinação, contradição” (MALDIDIER, 2003, p. 51).

Outro ponto que Pêcheux traz acerca do interdiscurso refere-se ao pré-construído e ao discurso transversal. O pré-construído é um dos efeitos do interdiscurso, ou seja, como ele se revela, a partir do já-dito, não-dito em outro lugar, de forma independente, apresentado, conforme Pêcheux (1997, p. 164) como o “‘sempre-já-ai’ da interpelação ideológica que fornece-impõe a ‘realidade’ e seu ‘sentido’ sob a forma da universalidade (o mundo das coisas)”. O pré-construído é uma espécie de pressuposto, seria algo, por exemplo, que em nosso objeto de análise, poderá surgir com a afirmação de que “os universitários gostam mesmo é de festa e baderna”, enquanto pré-construído na análise que empreenderemos acerca das manifestações ocorridas em junho de 2013 e reportadas pelos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*. Isso porque o que se tem, muitas vezes, é a associação entre estudante universitário e festas em repúblicas ou casas de eventos. O discurso transversal é, por sua vez, um discurso atravessado por outro discurso, onde o interdiscurso enquanto discurso transversal permeia o discurso do sujeito, com sentidos construídos pela FD de onde fala o sujeito. Pêcheux (1997, p. 167) dirá que “o discurso transversal atravessa e põe em conexão entre si os elementos discursivos constituídos pelo interdiscurso”. Trata-se, assim, daquilo que provém de outro discurso e que atravessa e se articula com o interdiscurso, com o pré-construído. No discurso midiático sobre a universidade, a fala da instituição se articula com a fala dos sujeitos que compõem a UFG e que falam sobre o mesmo objeto, a universidade, porém a partir de um local que reconhece a instituição a partir do grau de relacionamento com a universidade. O discurso transversal é, assim, o modo como os pré-construídos funcionam. Para Teixeira (2005, p. 38, grifos da autora), a contribuição do trabalho empreendido em *Semântica e Discurso* decorre do fato de que

A proposta do autor é que a relação língua/ exterioridade seja resolvida para além do espaço dicotômico definido por Saussure, fazendo-se *trabalhar* no próprio objeto *língua* aquilo que a linguística considerava não-pertinente para a análise. O modo

como as palavras fazem sentido, em AD, tem a ver então com a língua, o sujeito e a história.

É importante ressaltar, porém, que o processo discursivo se caracteriza não apenas pelo dito, mas, também, pela ausência, pela falta daquilo que está presente em outra FD, mas que, exatamente pela sua falta deixa-se transparecer, estabelece sentidos sobre aquilo que é dito. Na AD-3, Pêcheux, a partir da maior aproximação com a psicanálise lacaniana concebe os discursos e os sujeitos a partir da incompletude, da falta, de rupturas e lapsos. Deste modo, os sentidos não podem ser apreendidos em sua totalidade, sendo que sempre haverá o espaço da falta e incompletude. O sujeito da terceira fase se move nas relações interdiscursivas, nas quais a falha está presente, oscilando entre consciente e inconsciente e haverá sempre a irrupção de um discurso outro, logo, de outros sentidos. Nas palavras de Pêcheux (2012, p. 50) “a pesquisa linguística começaria assim a se decolar da obsessão da ambigüidade (entendida como lógica do ‘ou’... ‘ou’) para abordar o próprio da língua através do papel do equívoco, da elipse, da falta, etc...”. E, assim, Pêcheux (2012, p. 53) afirma que “todo enunciado é intrinsecamente suscetível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, se deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro”.

Para Fernandes (2008, p. 15), “os sentidos são produzidos face aos lugares ocupados pelos sujeitos em interlocução. Assim, uma mesma palavra pode ter diferentes sentidos em conformidade com o lugar sócioideológico daqueles que a empregam”. Isto implica dizer que um determinado discurso pode ter efeitos de sentido diferentes, não sendo o discurso estável, homogêneo, mas, ao contrário, se caracteriza por sua heterogeneidade. O sentido tem a ver com outras FD que atravessam determinada FD e que produzem sentidos para o conhecedor ou para quem se identifica com determinada FD que é invadida, ocupada, habitada por outros discursos.

3.3.3 – Contribuições do Círculo de Bakhtin para pensar os sentidos

Vimos anteriormente que uma das contribuições do pensamento do Círculo de Bakhtin, grupo formado por intelectuais russos do início do século XX, se dá na AD via heterogeneidade discursiva, noção pensada por Authier-Revuz a partir dos estudos bakhtinianos sobre a teoria do dialogismo e ainda sobre a psicanálise lacaniana. No entanto, ao considerar a noção de sentido no trabalho de Pêcheux, vista por nós de maneira breve, nos deparamos em Bakhtin, com pontos que se imbricam em uma associação: observamos algumas aproximações que envolvem as noções de FD, interdiscurso e dialogismo. Não temos

a intenção de percorrer toda a vasta obra de ambos os autores e, assim, concentramos neste momento nosso esforço na tentativa de estabelecer possíveis diálogos teóricos entre ambos que nos ajudem a pensar acerca dos sentidos ou da construção dos sentidos nas mídias que analisamos, a partir da proposta de refletir sobre o discurso da mídia sobre a UFG. De imediato ressaltamos que há um distanciamento temporal e histórico entre Bakhtin e Pêcheux. Enquanto o primeiro viveu na Rússia entre 1895 e 1975, tendo sido perseguido e posteriormente exilado durante quinze anos em virtude da perseguição governamental aos estudos empreendidos pelo grupo de pensadores, o segundo teórico viveu na França em um período de conturbadas lutas políticas, marcadas por inúmeras transformações sociais, que afloraram com maior intensidade nos anos 60. Isto posto, não podemos dizer que Pêcheux tenha lido Bakhtin, entretanto, percebemos algumas possíveis confluências que tentaremos abordar e que nos ajudarão a pensar acerca dos sentidos.

Brait e Melo (2010, p. 63) dirão que o termo enunciado é cercado de diferentes pontos de vista que acabam por tornar visível a diversidade e a não existência de consenso em torno do termo. Ainda conforme Brait e Melo (2010, p. 70), ao abordar a questão do enunciado bakhtiniano, é possível dizer que

A compreensão de seu sentido só pode se dar levando-se em conta: o horizonte espacial comum dos interlocutores, ou seja, de todos os interlocutores [...]; o conhecimento e a compreensão comum da situação por parte dos interlocutores [...]; a avaliação comum da situação [...].

Em Bakhtin/Volochínov, o processo de comunicação é compreendido de forma dinâmica, dialógica, viva e social. Todo enunciado é produzido em resposta a algo e gera uma resposta ativa. “Com efeito, a enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio do grupo social ao qual pertence o locutor” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2012, p. 116). Os teóricos consideram o signo e a enunciação de natureza social. Pensar, portanto, nos aspectos que envolvem os estudos empreendidos pelo Círculo de Bakhtin, resultam sempre em considerar o caráter dialógico dos sujeitos e discursos. Acerca da relação entre signo e ideologia, Bakhtin/Volochínov (2012, p.31) dirá que “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia”. Na concepção bakhtiniana a palavra, presente nas relações sociais, é o fenômeno ideológico por excelência. É na palavra que se faz presente a ideologia, resultante da interação entre

sociedade e o processo de produção e recepção de discursos. Para Bakhtin/Volochínov (2012, p. 98-99), “na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial”. Assim, o signo ideológico, possui natureza material, ou seja, o suporte ou local de materialização deste signo que, por sua vez, fala de uma realidade externa, compreendida a partir da heterogeneidade, se expressando em diferentes vozes e sentidos. Guilherme (2013, p. 267) destaca que

Para Bakhtin/Volochínov, a significação é colocar um significado em contexto e, no dialogismo, ele toma o signo ideológico como instância de significação. Já Pêcheux toma o sentido como instância de realização enunciativa, ou seja, o sentido se instaura, no intervalo histórico de sua dispersão, nas formações discursivas constituídas a partir de determinadas condições de produção.

Os estudos do Círculo de Bakhtin não se delineavam em torno da criação de uma teoria do discurso, entretanto, sobretudo a partir da AD-3 e da recepção dos trabalhos de Bakhtin em território brasileiro, as contribuições de Bakhtin para se pensar o discurso passam a ser alvo dos estudos sobre o discurso, ressaltando, entretanto, as questões que já apontamos anteriormente e que estão na própria concepção teórica de Pêcheux e Bakhtin e que nos levam a tentar fazer uma aproximação entre algumas noções de forma cautelosa. Para Guilherme, algumas noções do Círculo são operacionais para a teoria de Pêcheux e desta forma, tentamos estabelecer alguns pontos em Bakhtin que nos ajudam a pensar acerca da construção dos sentidos em Pêcheux.

Guilherme (2013, p. 264-265) destaca a diferenciação da noção de discurso em Bakhtin e Pêcheux.

Na perspectiva bakhtiniana, o discurso é concebido não enquanto fala individual, mas enquanto instância significativa em que outros discursos – veiculados sócio-historicamente e que se realizam nas/pelas interações entre os sujeitos – se entrelaçam e atravessam [...]. Em suma, numa perspectiva bakhtiniana, o discurso se constitui na alteridade entre vozes plenivalentes, ou seja, entre vozes que dialogam sem que uma sobreponha a outra. No projeto pecheutiano, o discurso só pode ser compreendido em sua historicidade, nas relações interdiscursivas, na relação que a língua estabelece com os sentidos. Nessa perspectiva é que se pode compreender o sujeito afetado pela ideologia e pelo inconsciente. Segundo Pêcheux, se o discurso é considerado como materialidade específica da ideologia, não é, portanto, um mero conjunto de frases.

Bakhtin/Volochínov (2012, p. 133-137) trabalha a questão da significação e do tema, que em sua teoria são pensadas de maneira indissociável. O sentido da enunciação completa

se refere não apenas a aspectos linguísticos, mas abarca a enunciação de uma maneira concreta e ampla, onde o tema se constitui de elementos históricos e da própria situação a qual se vincula à enunciação, que implica dizer que os sentidos não são dados, mas sim, dependem e se concretizam em uma situação de interação verbal, em uma relação dialógica. O tema da enunciação possui caráter único, concreto, não repetível, a partir de um dado instantâneo e que servirá de referência histórica a ser utilizada pelo sujeito. A significação da enunciação possui caráter mais estável, repetível, abstrato e ocorre no interior do tema, constituindo-se da outra parte da enunciação, onde, para a produção de sentido, tema e enunciação são indissolúveis. A significação se refere a outros discursos que são ressignificados, e “pertence a uma palavra enquanto traço de união entre os interlocutores, isto é, ela só se realiza no processo de compreensão ativa e responsiva” (BAKHTIN/VOLOCHINOV, 2012, p. 137). Nas palavras de Bakhtin/Volochínov (2012, p. 134) “não há tema sem significação, e vice-versa”, sendo que a significação necessita do tema no sentido de torná-la uma enunciação concreta, bem como não há tema sem significação, a fim de que o tema, por meio da estabilidade da significação, se vincule, produza sentido, tendo em vista o que precede e o que segue. Percebe-se, a partir das reflexões e caminhos apontados por Guilherme (2013, p. 267), que

A forma como Bakhtin/Volochinov trata o tema remonta, também, a maneira como a formação discursiva é tomada pelo viés da ADF. Para Bakhtin/Volochinov, o tema se realiza quando trazemos outros discursos para nosso discurso, é o estágio superior real da capacidade linguística de significar, sendo a significação um estágio inferior dessa capacidade.

Bakhtin/Volochínov (2012, p. 159) trabalha fundamentalmente com a questão do discurso de outrem, na perspectiva de se estabelecer o peso que determinados discursos possuem para certo grupo social em uma determinada época, tendo em vista níveis na hierarquia social de valores, que definirão as fronteiras discursivas, a partir do sentimento de vinculação hierárquica que se tem e que se estabelece na enunciação de outrem. Tendo em vista o trabalho de Guilherme (2012) e o aspecto de matriz do sentido evocada na teoria pecheutiana referente à noção de FD, pode ser observado um atravessamento teórico de Bakhtin na construção do conceito de FD em Pêcheux, onde o grau de eminência hierárquica na enunciação de outrem definirá fronteiras, o nível de vinculação que se estabelece entre sujeitos e discursos, aquilo que pode e deve ser dito. Pela concepção dialógica dos discursos outros discursos, já-ditos, são ressignificados e os sentidos só podem ser apreendidos por meio da interação entre sujeitos e discursos, pelo dialogismo, de onde se pensa a concepção de diálogo não como diálogo face a face ou como sendo uma interação harmoniosa, mas sim,

enquanto confronto de valores sociais e ideológicos. Em Pêcheux (1997), encontramos semelhante concepção a partir da noção de interdiscursividade, de atravessamentos discursivos, nas relações que se estabelecem entre discursos, entre o que fala antes, tendo em vista aspectos ideológicos e de onde podem ser observados os sentidos.

A partir da reflexão de Guilherme (2012, p. 270) e ainda no tocante ao dialogismo e ao interdiscurso, alguns pontos de contato entre ambas as noções podem ocorrer, onde a forma como Bakhtin trabalha o dialogismo remonta à noção de interdiscurso em Pêcheux e que nos ajudam a pensar acerca dos sentidos construídos nas mídias em análise. Pêcheux (1997, p. 160) afirma que

O sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição, etc., não existe em ‘si mesmo’ [...] mas, ao contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas (isto é, reproduzidas).

Em Bakhtin/Volochínov (2012, p. 117) “toda palavra serve de expressão a um em relação ao outro. Através da palavra, defino-me em relação ao outro, isto é, em última análise, em relação à coletividade. A palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros”. Nos discursos estão em jogo os aspectos sociais, ideológicos e históricos. A partir da interação que se dá entre sujeitos e discursos, os sentidos são construídos. Em Bakhtin/Volochínov (2012) se concebe a palavra enquanto interação entre interlocutores e por meio dela ocorre a expressão em relação ao outro ou à coletividade. Em Pêcheux (1997), as palavras, expressões, proposições, aquilo que é enunciado se relaciona às FI e à inserção do sujeito em uma ou várias FDs. Podemos ver traços do construto teórico do dialogismo bakhtiniano na questão da FD e do interdiscurso, onde Pêcheux (1997, p. 162) afirma que

O próprio de toda formação discursiva é dissimular, na transparência do sentido que nela se forma, a objetividade material contraditória do interdiscurso, que determina essa formação discursiva como tal, objetividade material essa que reside no fato de que ‘algo fala’ sempre ‘antes em outro lugar e independente’, isto é, sob a dominação do complexo das formações ideológicas.

O que poderá ser depreendido do pensamento de Bakhtin (2011, p. 310), que afirma que

Não há nem pode haver textos puros. [...] por trás de cada texto está o sistema da linguagem. A esse sistema corresponde no texto tudo o que é repetido e reproduzido e tudo o que pode ser repetido e reproduzido, tudo o que pode ser dado fora de tal texto (o dado). Concomitante, porém, cada texto (como enunciado) é algo

individual, único e singular, e nisso reside todo o seu sentido (sua intenção em prol da qual foi criado).

Os discursos já existiam antes de nascermos, e o que ocorre, então, não é a “invenção” de novos discursos, mas a inserção, a partir de um contexto, do sujeito, bem como o atravessamento por discursos anteriores que são retomados e que, em um dado momento sócio-histórico, passam a produzir sentidos para determinados sujeitos, tendo em vista a relação com outros discursos que se tocam, se entrecruzam, se confrontam, se distanciam e se complementam. Ainda de acordo com os caminhos traçados por Guilherme (2013, p. 272) acerca de pontos de atravessamentos da teoria bakhtiniana no trabalho de Pêcheux, “os sentidos podem ser observados via dialogismo/ processos enunciativos/ interdiscurso”. A concepção de integração da enunciação do narrador evocada por Bakhtin/Volochínov (2012, p. 151), (ao se referir ao discurso de outrem) dá conta de que

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

Assim, pode ser compreendido como discurso que se estabelece em integração com outros discursos, que se relacionam e de onde se manifestam diversas vozes que se somam na construção dos sentidos. Na percepção de Guilherme (2013, p. 272),

A forma de organização da materialidade linguística (sintática e estilística), como defende Bakhtin/Volochinov, produz sentidos. Essa é uma percepção teórica bakhtiniana que atravessa o construto teórico da ADF, no sentido de que a materialidade linguística também significa.

3.3.4 – Sentidos e mídia

O jornalismo pode ser entendido de modo geral como uma atividade produtora de informação, que pode contribuir para a cidadania. As informações, como vimos no capítulo anterior, são selecionadas, editadas e publicadas, tendo-se assim uma cadeia de produção que visa a construção de um produto final, pronto para ser levado ao público e que poderá ser um telejornal, um jornal impresso ou outro tipo de informativo em outro tipo de suporte. No processo de construção da informação jornalística, temos diferentes faces e pontos de vista. Temos o jornalista que produzirá seu trabalho a partir de técnicas de entrevista e redação e

que sofre a pressão dos baixos salários, do caráter extremamente precário da informação e da falta de valorização profissional. Temos o empresário ou diretor do veículo de mídia que trabalha a partir de uma lógica comercial que se estabelece pela concorrência, pela busca da atratividade e por enfoques ideológicos. Temos, ainda, o público, a exemplo do leitor para o impresso e do internauta para o eletrônico, que buscam informações e assim, ao se identificar ou desejar ser informado sobre algo, é levado a comprar o jornal ou acessar a página do jornal e desta forma imagina adquirir um bem simbólico essencial para os dias atuais, que é a informação. Temos ainda a fonte que entra no processo de produção da informação enquanto sujeito detentor da informação, que é consultado, entrevistado, questionado acerca de determinado tema e que manifesta sua opinião a partir do lugar que ocupa, seja ele um pesquisador, uma dona-de-casa, um órgão público e, além destes, outros fatores se somam à atividade jornalística, ou seja, interferem de forma direta ou indireta no trabalho jornalístico, a exemplo do anunciante. O que queremos dizer com isso é que todos estes sujeitos, tão diversificados em sua relação com a atividade jornalística e heterogêneos a partir de suas experiências e da forma como interagem entre si e com a sociedade, estão presentes, de forma mais perceptível ou não no discurso da mídia jornalística. Essas demarcações que os diversos sujeitos deixam ou não no discurso da mídia, falam também de sentidos, de formas como ocorrem os dizeres a partir de quem os produz, tendo em vista ainda outros discursos que se entrecruzam no discurso. Assim, queremos nos deter agora sobre a questão que envolve a construção dos sentidos nas matérias dos jornais analisados e que se referem à UFG.

O discurso pode convencer, comover, seduzir, agradar...³⁴ Quando lidamos com jornalismo, os dizeres tratam essencialmente do cotidiano, de temas factuais que de alguma forma possuem certa proximidade com o público e que assumem o aspecto noticioso, informativo. Em um contexto enunciativo de um jornal impresso ou eletrônico, diversos aspectos devem ser considerados para a produção dos sentidos, como, por exemplo, a diagramação, que é a disposição e o tratamento dado a determinada matéria de acordo com o projeto gráfico editorial do jornal ou, ainda, o fato da matéria se localizar ou não em determinada página ou editoria, o *layout*, no caso da versão eletrônica, enfim, tudo isso pode contribuir para a construção dos sentidos na mídia jornalística.

O complexo processo de produção de um jornal envolve critérios técnicos, e, discursivamente, aspectos ideológicos, históricos e sociais. Do ponto de vista técnico, de sobrevivência do veículo e também discursivo, o jornal, seja ele comercial ou institucional,

³⁴ Neste ponto específico, falamos do discurso no sentido restrito da fala, que utiliza de elementos como persuasão e retórica.

busca “atrair” ou compelir o leitor/internauta para a leitura do jornal a partir da necessidade que este tem de se informar e dessa forma o jornal trabalha com uma espécie de leitor/internauta idealizado. Para Charaudeau (2012, p. 79), na instância de recepção “os receptores não estão presentes fisicamente na relação de troca, e a instância midiática não tem acesso imediato a suas reações, não pode dialogar com eles, não pode conhecer diretamente seu ponto de vista”. Isto nos leva a pensar sobre o destinatário da informação midiática que é composto por um conjunto extremamente heterogêneo de sujeitos. Perguntamos de que forma a mídia “agradaria” a este público tão diversificado em suas intenções, histórias e interesses? Talvez uma resposta que surja é a de que a mídia trabalha com pressupostos ou mesmo estereótipos devido à ausência de *feed-back* do leitor/internauta e assim busca se identificar com um segmento específico, no caso de um veículo mais especializado ou tenta diversificar sua oferta de assuntos, que em jornalismo são as chamadas editoriais, que dividem assuntos em temas, a exemplo de esporte, cidades, economia, internacional, etc, com o propósito de chamar a atenção de um público leitor mais amplo.

Para Pêcheux (2010), o discurso é efeito de sentido entre locutores. Na perspectiva do discurso midiático, quando pensamos nos interlocutores, temos, ainda, na instância de produção, diferentes sujeitos com discursos diversos que manifestam posicionamentos variados a partir de um determinado contexto com relação a um ou vários temas. Sob os dizeres de um sujeito jornalista que assina o que diz, e que tem apenas a impressão de ser dono de seu discurso, e que, ainda, oscila entre consciente e inconsciente, o jornalista “decide” sobre trazer ou não o outro e de que forma esse outro aparecerá, seja para dar maior credibilidade à matéria, quando se trata de fonte científica ou oficial ou ainda, seja para contrapor ao argumento de outro sujeito. O fato, ainda, de se tratar de reportagem, notícia ou entrevista, também possibilita diferentes sentidos para nossa análise. Tratar, por exemplo, de manifestações, trazendo as informações sobre os protestos sobre a forma de notícia ou reportagem é diferente. A forma de construção da informação, tendo em vista algumas características que se diferem entre notícia, reportagem e entrevista, mobiliza outros sujeitos e dizeres, constrói sentidos diferentes acerca do mesmo assunto. Tratar de manifestações estudantis enquanto reportagem consiste em maior aprofundamento sobre o assunto, em mobilizar um número maior e mais diversificado de sujeitos e discursos. Pela proposta desse trabalho, onde tratamos dos aspectos técnicos de produção da informação, pensados em conjunto com os aspectos discursivos, entendemos que a posição ocupada pelo sujeito jornalista e pelos demais sujeitos presentes na matéria, além do conteúdo ideológico e vivencial, faz com que se produzam diferentes sentidos.

As teorias advindas do Círculo de Bakhtin, a partir de sua concepção dialógica do discurso, e o trabalho de Pêcheux com relação ao discurso em uma perspectiva de lugar de movências, quando nos deparamos com os objetos da mídia, nos fazem refletir acerca dos discursos midiáticos. As FD constituem-se na matriz de sentido, no qual determinada palavra ou expressão, como por exemplo, “cinquentenário da UFG” verificada em matérias jornalísticas sobre a universidade, tendo em vista a inscrição do sujeito, por exemplo, na FD gestora administrativa ou na FD do movimento estudantil, produz diferentes efeitos de sentido. O sujeito estudante na posição discursiva de estudante, enquanto sujeito do discurso, enuncia a partir desse lugar, demarcando sua vinculação discursiva e, assim, constrói seus discursos e sentidos. Isto quer dizer que falar em cinquentenário da UFG para um determinado estudante, que se posiciona enquanto tal e, mais ainda, enquanto integrante do movimento estudantil, para esse sujeito, os sentidos construídos acerca do aniversário da universidade, são diferentes, estando muito mais próximos a questões referentes a melhorias de condições de ensino, a políticas de assistência estudantil, ao investimento em pesquisa, dentre outras demandas. Para um gestor, por sua posição enquanto sujeito discursivo, vinculado à universidade, os sentidos são construídos tendo em vista o aspecto institucional e, para o gestor, o aniversário da UFG produz sentidos vinculados a aspectos muito mais administrativos do que propriamente reivindicatórios, como para os estudantes.

A inscrição em uma determinada FD, bem como a existência da própria FD decorre de aspectos ideológicos, e desta forma os sentidos são determinados pela ideologia. Uma mesma palavra, dependendo do contexto e da posição do sujeito, poderá assumir diferentes sentidos, que produzirão outros sentidos. O discurso se articula a outros discursos e uma FD não é um espaço homogêneo, mas sim atravessada, invadida, ocupada por outros discursos. Pelo interdiscurso os diferentes discursos, provenientes de diferentes lugares sociais em sua relação a aspectos históricos, se articulam, constituindo a FD. Quando mobilizamos as ideias do Círculo de Bakhtin, compreendemos os sentidos em sua relação dialógica onde se estabelece a multiplicidade de vozes presentes no discurso. O sujeito enuncia em face do outro e da mesma forma, suas palavras, não pertencem ao sujeito que enuncia. O processo de compreensão dos sentidos no Círculo se dá na interação, onde sentido é algo que pode ser respondido, uma resposta a algo dito antes, sem que se pense na existência de sentidos pré-existentes ou pré-estabelecidos, mas sentidos que se transformam pelo dialogismo, pela interação, a partir de determinada situação.

Assim como afirma Maingueneau (2001, p. 20), entendemos o sentido de um enunciado não como mero ato em que deciframos pelo conhecimento do léxico e da gramática o sentido,

no qual o contexto estaria em um papel periférico. “Compreender um enunciado não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, construindo um contexto que não é um dado preestabelecido e estável” (MAINGUENEAU, 2001, p. 19). Sem que pense no contexto, nos fatores externos, históricos, ideológicos e sociais, não há como falar em sentido e especialmente no discurso da mídia, o contexto da enunciação, analisado a partir da materialidade do jornal é essencial para nossa análise.

Dentro de nosso *corpus* de pesquisa que compreende os dois jornais já mencionados em ocasiões anteriores, aquilo que selecionados, se vincula, sobretudo, a um contexto histórico e social, onde aquilo que é enunciado, impresso nos jornais por meio de textos e imagens se refere a uma instituição universitária, onde os sentidos são diversos a partir do lugar de fala dos sujeitos, do posicionamento ideológico, do perfil do jornal, da filiação dos discursos e sujeitos a uma FD e de atravessamentos dialógicos e interdiscursivos que se manifestam nos dizeres em análise. Para a análise dos sentidos, dentre os quatro assuntos abordados pelos jornais, no intervalo de tempo que já apresentamos no início desse trabalho, optamos por trabalhar com a questão do aniversário de 50 anos da UFG e com as obras e construções na instituição. São dois assuntos e momentos importantes para a universidade e para os sujeitos, de onde podemos explorar a questão dos sentidos, a partir das FD, dos posicionamentos dos sujeitos e dos discursos que se entrecruzam, se confrontam e se aliam ³⁵. Dessa forma, as sequências que selecionamos, estão no gênero reportagem, pois contextualizam de forma mais aprofundada os assuntos, trazendo sujeitos diversos e distintos. Selecionamos algumas sequências discursivas enunciadas pelas fontes entrevistadas, demarcadas pelas aspas no corpo da reportagem ou mesmo pela menção de que se trata de dizeres de determinado sujeito e selecionamos também enunciações que surgem no texto sem que estejam vinculadas claramente ou diretamente à fonte entrevistada, sendo então, dizeres do jornalista, a partir do seu trabalho de construção da informação jornalística. O quadro abaixo traz um panorama das sequências e sujeitos, lembrando que a íntegra das reportagens pode ser conferida como anexo, ao final desse trabalho.

	Jornal / Matéria	Sujeito	Sequência Discursiva
1	O Popular – Em busca da	Jornalista	“assinou um documento que seria

³⁵ Isso não significa que quando tratamos desses dois assuntos, os outros dois que também analisamos nesse trabalho, a saber, as manifestações populares e do Espaço das Profissões, não sejam passíveis de ser alvo de reflexões acerca dos sentidos, mas, optamos nessa seção, por assuntos onde podemos perceber de forma mais contundente a vinculação institucional dos sujeitos, a inscrição em uma dada FD, a existência de outros discursos, que nos ajudam a pensar sobre a construção dos sentidos nos jornais *O Popular* e *Jornal UFG*.

	excelência		histórico para o Estado. Naquele momento, a Universidade Federal de Goiás era oficialmente criada, após uma insistente luta de quatro anos de idas e vindas, avanços e recuos, brigas políticas e até físicas”
2		Reitor	“a instituição tem hoje em seus quadros mais de mil doutores em seu corpo docente e que essa excelência na pós-graduação se reflete também na qualidade da graduação”.
3		Estudante (DCE)	"Nós somos a favor da expansão dos cursos e da melhoria da infraestrutura, mas o ensino tem piorado com a contratação de professores sem dedicação exclusiva, no regime de 20 horas e não de 40 horas semanais, o que afeta muito a pesquisa."
4		Estudante (DCE)	"Sabemos que este é um problema que surgiu lá atrás, numa série de políticas erradas para a universidade que vêm da era FHC, quando ela foi sucateada. Mas a solução dada aqui na UFG também está com um viés equivocado",
5		Estudante (DCE)	"Somos favoráveis à universalização do ensino superior público. A universidade tem de ser para o povo e não para elites. Mas em nome da expansão não se pode aceitar que estudantes substituam servidores por falta de pessoal. É preciso remunerar melhor os professores e conceder mais bolsas"
6		Pró-reitor	“É um momento muito favorável”. “Ampliamos as vagas, contratamos professores e técnicos”
7		Estudante (DCE)	“Os índices que a Federal apresenta ainda estão abaixo do que a gente poderia esperar da principal universidade de Goiás. É preciso melhorar a qualidade.”
8	Jornal UFG – Memórias do desenvolvimento humano	Servidor	“Como eu, centenas de colegas professores e funcionários começamos juntos com esta universidade; crescemos juntos, como uma família inseparável; entregamos à nossa Universidade nossa juventude e nosso ideal; misturamos ao reboco das paredes das nossas unidades nossos sonhos acadêmicos e naqueles alicerces enterramos nossas raízes”.
9	Jornal O Popular – Obras provocam transtornos	Jornalista	“Com o Reuni, a UFG salta de 15 mil alunos em 2007 para 25 mil alunos este ano. Em contrapartida, a área construída vai dobrar, saindo de 207 mil m ² para mais de 400 mil m ² .”
10		Jornalista	“Além da facilidade que a população encontra hoje para comprar um carro, o fato do Câmpus 2 ser distante da região central da cidade desestimula os alunos e funcionários a adotarem o transporte coletivo para chegar ao local.”

11		Estudante de Arquitetura	“Não temos onde deixar os carros. Os estacionamentos estão tomados de material de construção. Por que não fazer por etapas, abrir um e fechar outro?”
12		Diretor do Cegef	“Todos querem estacionar mais perto dos prédios e de preferência na sombra”
13		Empresária	“Tenho levado mais tempo para encontrar vagas nessa região”. “Não planejaram estacionamentos.”
14	Jornal UFG – Novos prédios nos campus	Jornalista	“A paisagem dos câmpus da UFG modificou-se drasticamente nos últimos anos.”
15		Diretor do Cegef	“Para o primeiro semestre do ano que vem, já temos previsão de inaugurar mais do que isso”
16	Jornal UFG – Os números que contam a UFG	Jornalista	“de 2006 a 2009, a UFG teve, entre novas construções e reformas, 275 obras”
17		Jornalista	“com mais de 18 mil alunos de graduação na modalidade presencial, 2.854 na educação à distância, 2.363 servidores e 2.229 docentes”

Quadro 3: Sequências discursivas dos jornais *O Popular* e *Jornal UFG* para pensarmos a questão dos sentidos.

No contexto do aniversário de 50 anos da UFG, existe o que podemos chamar de o assunto, ou seja, o que motivou a matéria, que no caso específico é comum aos dois jornais. Se pensarmos no jornal *O Popular*, é muito provável que o periódico tenha sido, digamos, “sugestionado” a produzir matérias sobre o aniversário da universidade por meio de um *release*, que nada mais é que uma matéria escrita por uma assessoria de comunicação, com um fim específico e que é direcionado aos veículos de comunicação ou ainda, pela ação de pauteiros, que são profissionais dentro do processo de produção jornalística, responsáveis por fornecer aos repórteres as chamadas pautas, que podemos traduzir ainda que de forma grosseira como sendo uma espécie de ordem de serviço, uma orientação, que define, até certo ponto, o assunto a ser tratado e os possíveis entrevistados.

Já o *Jornal UFG*, neste caso, enquanto periódico produzido pela universidade, por si só, se sente compelido a divulgar o cinquentenário da instituição. Como se percebe, o assunto é o mesmo, entretanto as motivações são diferentes e isto, somado a outros aspectos discursivos, será pensado para se refletir sobre os discursos. Os sujeitos das matérias analisadas falam e produzem sentido a partir dessa vinculação ao discurso universitário, tendo como fator motivador ou desencadeador, neste caso, os 50 anos de existência da UFG. Na matéria de *O Popular* intitulada “Em busca da excelência” (*O POPULAR*, 13 de dezembro de 2010a)³⁶, a

³⁶ Matéria disponível no anexo 01.

reportagem, ao se referir ao instante e aos fatos que antecederam a criação da UFG, afirma que o presidente Juscelino Kubitschek “assinou um documento que seria histórico [...] após uma insistente luta de quatro anos de idas e vindas, avanços e recuos, brigas políticas e até físicas”. Com isto, os dizeres são inseridos dentro de um contexto histórico, de uma memória na qual, naquele instante, as discussões giravam em torno de que Goiás necessitava possuir uma Universidade Federal e os discursos de então, as lutas políticas, ideológicas e históricas, se concentravam neste aspecto.

O título da matéria fala de um processo, de um projeto em construção que, talvez, exista ou se mantenha, exatamente pela busca, pela não completude ou pela falta, que é o desejo da excelência, já que sempre haverá novos desafios, novas lutas e conquistas, onde a UFG se coloca na posição de busca da excelência. Em seguida ao primeiro parágrafo, todo o aspecto histórico de luta pela criação é atualizado para a apresentação dos números que compõem a UFG na ocasião em que a matéria foi publicada e para outro de tipo de luta, desta vez pela qualidade, pela excelência, pelo crescimento. Dentre os sujeitos e posicionamentos, na referida matéria, destacamos o reitor da UFG no ano de 2010, Edward Madureira Brasil e o diretor de políticas do Diretório Central dos Estudantes (DCE), Pablo Salvador.

O sujeito reitor, enquanto representante máximo da universidade, fala do lugar de autoridade e a partir desse posicionamento produz sentidos que são interpretados pelo interlocutor que, neste caso, pode ser a própria comunidade universitária que, como já dissemos, é composta por estudantes, docentes e técnico-administrativos ou mesmo o leitor/internauta que não se vincula diretamente à universidade. A fala do reitor se vincula ao discurso institucional, com forte apelo acadêmico, político e administrativo. O trecho onde se situa a fala do reitor, diz respeito na matéria ao corpo docente como fator que assevera a qualidade do ensino e pesquisa, ao afirmar que “a instituição tem hoje em seus quadros mais de mil doutores em seu corpo docente e que essa excelência na pós-graduação se reflete também na qualidade da graduação”. Os sentidos do termo excelência, da busca pela excelência, na fala do reitor se alicerçam na questão do corpo docente altamente qualificado. Não podemos esquecer que o reitor, além de gestor, é também professor e se vincula ideologicamente e discursivamente a estas posições, gestor e professor. Como gestor atesta justamente a excelência a partir da visão de um professor e do trabalho do professor, portanto, enuncia da posição de reitor e de professor, move-se nestas relações discursivas.

Convém notar que, na matéria em análise, o reitor possui, ao compararmos com o aluno, poucos trechos atribuídos diretamente a ele, aparecendo menos vezes e com uma fala que destaca muito mais os aspectos quantitativos do que qualitativos. Mas é importante que se destaque que, embora trazendo um trecho apenas que expressa a presença e posicionamento do reitor sobre o assunto da matéria, certamente, durante a entrevista ele disse muito mais, mas a decisão de recortar, de escolher o que tornar público ou não durante a entrevista, é feita pelo jornalista, que o faz a partir de suas concepções, mas, também, inserido em contexto amplo e complexo.

O sujeito diretor do DCE fala a partir de sua vinculação ideológica ao movimento estudantil, de onde se evoca toda uma memória discursiva de lutas, embates e conquistas, no que se refere à excelência do ensino. O processo de desenvolvimento e crescimento da universidade, nos dizeres desse sujeito, se vincula a aspectos ideológicos e históricos a partir da inserção no discurso do movimento estudantil, de onde os sentidos para este sujeito são construídos. Na matéria, quando o estudante diz “nós somos a favor da expansão dos cursos e da melhoria da infraestrutura, mas o ensino tem piorado com a contratação de professores sem dedicação exclusiva”, ocorre a demarcação da posição de estudante, mas também de representante estudantil na condição de diretor do DCE, ao afirmar “nós”, e assim, pelo inconsciente e pela ideologia, move-se nestas posições, nestas relações discursivas. Seus dizeres se vinculam exatamente a esta FD do movimento estudantil, atravessada por discursos, já-ditos, retomados a partir de outro momento social e histórico, ao afirmar “que este é um problema que surgiu lá atrás, numa série de políticas erradas para a universidade que vêm da era FHC”, ao fazer referência ao ex-presidente Fernando Henrique Cardoso. Ao tempo em que evoca outro contexto político, social e ideológico, a memória é acionada no fio do discurso, ao retomar, embora não aprofundando, o passado de falta de investimentos e sucateamento das universidades públicas. Aquilo que foi dito antes, dentro de um contexto ideológico no qual o estudante se insere relaciona-se aos dizeres e ao contexto anterior, à medida que atualiza a questão das políticas voltadas para universidade, ao responder que “a solução dada aqui na UFG também está com um viés equivocado”.

No exercício de análise, percebemos ainda que a sequência em que os dizeres dos entrevistados compõem a matéria produz determinados sentidos, o que seria diferente se, talvez, a sequência em que as falas aparecem fosse diferente. No texto, a fala do estudante surge, contrapondo-se em resposta ao posicionamento do reitor, ou seja, produz um efeito diferente, contraditório, ao que diz o reitor. Outros segmentos representativos, também são evocados na matéria, como o sindicato dos docentes e o pró-reitor de administração e

finanças, o que reforça a presença de diferentes vozes que se somam, não no sentido de concordância umas com as outras, mas no sentido de presença, de manifestação, e compõem a pluralidade de vozes.

Como se percebe, e como já dissemos, cada sujeito fala a partir da posição que ocupa, tendo em vista ainda a vinculação hierárquica, seja a UFG como um todo ou ao segmento que representa. Os dizeres são ditos atrelados a um contexto, a um fim que ocasionou o surgimento de um enunciado e não outro, em resposta a uma pergunta que se refere a um tema em especial. O sentido para os dizeres visto a partir do pensamento bakhtiniano poderia ser compreendido como a relação que se estabelece entre discursos, entre as vozes, a partir da condição dialógica do ser humano. Ao produzir seus dizeres em resposta a algo, para um auditório social, o estudante afirma que “a universidade tem de ser para o povo e não para elites [...]. É preciso remunerar melhor os professores e conceder mais bolsas”. Isso demonstra o caráter tenso, dinâmico e vivo dos discursos, ao trazer para sua fala pelo caráter dialógico dos sujeitos e discursos a tensão e a reflexão ideológica e política, aqui evocadas em um sentido reivindicatório.

Em Pêcheux, a ideologia e a vinculação discursiva à ideologia e o local de onde fala o sujeito, a(s) FD(s) a(s) qual(is) se inscreve(m) e os atravessamentos discursivos, nos farão refletir sobre os sentidos. O pró-reitor afirma que “é um momento muito favorável [...]. Ampliamos as vagas, contratamos professores e técnicos” enquanto o estudante diz na matéria que “os índices que a Federal apresenta ainda estão abaixo do que a gente poderia esperar [...] É preciso melhorar a qualidade”. De sua posição, o pró-reitor vincula seus dizeres a um discurso que se assemelha ao governamental, à propaganda institucional atravessada por aspectos políticos, que ressaltam investimentos, que de fato existem e atestam o crescimento e a busca pela excelência, onde os pontos positivos são colocados em maior evidência. Toda uma complexidade de discursos na esfera política e administrativa se faz presente pela ideologia e pelo inconsciente, produzindo sentidos, articulando-se com outros discursos. O aluno, por sua vez, em sua vinculação e inserção na FD estudantil, se constitui na relação discursiva no lugar de contraponto, construindo sentidos a partir de sua posição e da ideologia que o constitui. Percebemos posicionamentos discursivos distintos a respeito de um mesmo tema. De um lado temos a FD gestora, atribuída ao pró-reitor, onde está o discurso da excelência, do investimento e da qualidade. Já nos dizeres do estudante está a FD estudantil onde temos o discurso que critica os indicadores de qualidade.

Tomamos, agora, ainda nos referindo ao cinquentenário da UFG, o que foi publicado no *Jornal UFG*, o que nos dá uma visão de caráter institucional. A universidade é vista

propositalmente pelo olhar de pessoas físicas, sujeitos, que possuem suas próprias vivências e que de alguma forma se relacionam com a universidade e compõem a história da instituição jurídica denominada UFG. Tendo em vista sua relação com a UFG, os sujeitos passam a produzir sentidos sobre a existência da instituição do ponto de vista de experiências, que se relacionam também ao social, ao ambiente de construção universitário, dada a importância da universidade para a sociedade goiana.

Na matéria intitulada “Memórias do desenvolvimento humano” (JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2010a, p. 4-5)³⁷, a perspectiva é contar a história da UFG a partir de sujeitos e não, necessariamente, a partir de dados numéricos. A partir deste título, percebemos o atravessamento com outros dizeres, com um discurso permeado pela história, por outros discursos e vemos a ligação com o discurso científico e acadêmico, ao se propor tratar de memórias, mas não no sentido meramente de evocar o já-dito, mas de se evocar um já-dito que emerge com a proposta de atualizar o presente e o futuro, quando associamos as palavras “memória” e “desenvolvimento”. O título da reportagem constrói o sentido de que para se compreender os fatos atuais, para se perceber toda a dimensão do desenvolvimento, é necessário que se conheça o contexto histórico. Ao fazer referência na reportagem ao fato de “comunidade universitária e sociedade goiana cresceram juntas, na medida em que a UFG caminhou nesses 50 anos”, ocorre a associação de ideias de que a universidade é importante para a sociedade e vice-versa. A ideia de crescimento, por sua vez, está alinhada com a ideia de desenvolvimento, de evolução, de conhecimento, algo muito presente no discurso acadêmico e científico. A questão do crescimento, a medida em que se associa desenvolvimento, é atravessada por discursos que nos remetem a avanços culturais, científicos e tecnológicos, experimentados pela universidade e pela sociedade goiana. Percebemos também a presença da FD familiar, algo que faz com que universidade e sociedade ganhem este contorno de uma família que cresceu e se desenvolvem juntas. A matéria é a afirmação da existência da heterogeneidade, de ideologias, discursos, diferentes sujeitos que compõem a instituição e que são presentes na matéria em memórias que ajudaram e ainda ajudam a construir o presente. A história e o percurso da UFG se vinculam ao próprio desenvolvimento humano, talvez no sentido de dizer que o desenvolvimento humano se faz, necessariamente, com pessoas ou para se pensar que a UFG contribui para o desenvolvimento.

Outra matéria, ainda na edição comemorativa do cinquentenário da UFG, cujo título é “Os números que contam a UFG hoje” (JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2010b, p. 10-

³⁷ Matéria disponível no anexo 11.

11b)³⁸, traz outro olhar sobre a instituição, diferente das impressões subjetivas dos sujeitos entrevistados. Os dizeres se alinham a um discurso com certas aproximações do que entendemos como discurso científico, no sentido de que se necessite a comprovação por meio de dados e números que possam atestar aquilo que é dito, mas que, neste caso, por se tratar de um jornal, não lança mão de teoria alguma, o que é exigido do discurso científico. Interessante perceber que, desta vez, quem propõe os sentidos são os números, como se eles estivessem enunciando, portanto, menos suscetíveis a falhas, equívocos ou lapsos. Afirmar na matéria que “de 2006 a 2009, a UFG teve, entre novas construções e reformas, 275 obras” e “com mais de 18 mil alunos de graduação na modalidade presencial, 2.584 na educação a distância, 2.363 servidores [...] e 2.229 docentes” constrói um sentido diferente de “[...] começamos juntos com esta universidade; crescemos juntos, como uma família inseparável” no sentido de atestar a história e o desenvolvimento da UFG. Números produzem sentidos diferentes de pessoas, embora os números tenham sido levantados e disponibilizados na matéria por pessoas. Aquilo que é dito pela fala de entrevistados, por talvez retratar inúmeras impressões, a partir de diferentes posições ocupadas pelo sujeito no discurso e que produzem sentidos diversos, necessita talvez dessa outra voz, desse outro lugar, que agora se insere a partir de dados, por meio de critérios mais objetivos, por um lugar de fala menos susceptível a variação das interpretações e, por conseguinte, dos sentidos.

Percebemos que ambos desejam atestar o crescimento e o desenvolvimento experimentado pela UFG, no entanto, os discursos se distanciam, na medida em que os sentidos são construídos, pela filiação ideológica e discursiva e ainda pelo interdiscurso. Se na primeira matéria, as figuras de autoridade hierárquica são dispensadas e os sujeitos enunciam a partir de sua vinculação histórica e social com a universidade, tendo em vista a ideologia presente em torno de cada discurso, já que são segmentos distintos, dentre os três que compõem a universidade, na segunda matéria as figuras de autoridade são evocadas na fala de pró-reitoras, já que, ali, a filiação discursiva e ideológica é, digamos, institucionalizada exatamente sobre essa forma da autoridade que diz determinada coisa, que assim, complementa ou justifica a presença dos números.

Os sentidos em Pêcheux, a partir da AD-3, não podem ser apreendidos em sua totalidade e sempre algo escapará, fugirá do controle e desencadeará outros sentidos. Os sentidos pensados a partir da materialidade do jornal em sua versão impressa ou eletrônica, seriam diferentes se, talvez, fossem utilizadas mensagens publicitárias. Matérias (notícias,

³⁸ Matéria disponível no anexo 12.

reportagens, entrevistas) são diferentes de uma mensagem publicitária e, portanto, constroem diferentes sentidos. A partir do formato jornalístico, a construção do material informativo, bem como os sentidos construídos assumem, sobretudo para o leitor, aspectos de maior veracidade, de uma informação que em um primeiro momento não carrega em si o apelo para o consumo, como visto com frequência em mensagens publicitárias e, assim, para o leitor, poderá ocorrer a sensação de possibilidade de acesso a uma informação que poderá ser relevante para si, ao invés de uma mensagem publicitária que poderá estar centrada apenas em uma divulgação, aliada muitas vezes ao consumo. No movimento da língua, onde se pensa no contexto histórico, social, cultural e ideológico, os sentidos vão sendo construídos e transformados, sendo sempre possível o surgimento de um sentido-outro. Trata-se de um processo dinâmico, vivo, dialético, que envolve discursos e sujeitos. Pela relação dialógica dos sujeitos e discursos, os discursos são atualizados, ressignificados, a partir de outros dizeres, outros discursos, outros sentidos.

Nestes aspectos, vejamos mais uma matéria. Trata-se da questão que envolve as obras na UFG. As obras físicas em todo o seu contexto são vistas de formas diferentes a partir dos sujeitos presentes nas matérias e do próprio posicionamento ideológico do jornalista e do jornal. No *Jornal UFG* (novembro/dezembro de 2012, p. 6-7)³⁹, na matéria “Novos prédios nos câmpus da UFG”, o jornalista se vincula e se insere no ambiente do discurso administrativo, institucional e dessa forma, também os sujeitos que mobiliza com seus dizeres para compor o discurso da mídia universitária, estão na condição de inserção com a ideologia institucional. As sequências discursivas, “a paisagem do campus modificou-se drasticamente [...]”, que ocorre na referida matéria em trecho atribuído ao jornalista que assina a matéria e “[...] já temos previsão de inaugurar mais do que isso”, em uma fala do diretor do departamento responsável pelas obras na UFG, atestam essa vinculação institucional e ideológica e os sentidos se constroem por meio dessa inserção, dessa interpelação dos sujeitos, que enunciam em nome da instituição. E já que mencionamos a ideologia, pela releitura que Pêcheux faz de Althusser, verificamos que a ideologia é condição para a constituição tanto de sujeitos, quanto de sentidos. Nos discursos, é importante que se observe os aspectos referentes a sujeito, sentido e ideologia. Discorreremos mais profundamente sobre a ideologia em outro tópico, mas não podemos nos esquecer de que as FI são tidas em Pêcheux enquanto relações de força, sendo que as FI são compostas pelas FD.

³⁹ Matéria disponível no anexo 14.

Pêcheux (1997) explica que a ideologia interpela os sujeitos que tem a impressão de ser a origem de seu dizer e, assim, o sujeito ocupa seu lugar em grupos ou classes que se relacionam de forma contínua e garantida pelo que Althusser chama de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE). O afrontamento de posições ideológicas e políticas dentro dos aparelhos culminam em aliança, antagonismo ou dominação. Posteriormente, a questão das FI e FD ganha complemento a partir da concepção de interdiscurso, entendido enquanto a relação de um discurso com outros discursos. Em Bakhtin, o signo ideológico também nos ajuda a pensar sobre a ideologia e conseqüentemente nos sentidos presentes nos discursos. Para que haja ideologia são necessários signos, e estes se mantêm pela interação, por meio de relações e interesses favoráveis ou antagônicos. A palavra, signo ideológico por excelência não só representa como refrata a realidade.

Analiseemos mais uma matéria e pensemos acerca das posições em confronto nos discursos, a partir de sujeitos discursivos sociais, históricos e ideológicos. As matérias presentes no jornal *O Popular* sobre as obras na UFG nos fazem exatamente refletir sobre os aspectos de afrontamentos políticos e ideológicos, de onde falam os sujeitos. A matéria, com o título “Obras provocam transtornos” (*O POPULAR*, 21 de maio de 2012)⁴⁰, inicia retratando o crescimento histórico vivido pela UFG, mas cita o que o texto chama de “efeito colateral” do crescimento, que será visto como os transtornos ocasionados pelas obras que mexem com o cotidiano da instituição. Instaure-se, portanto, a contradição no que diz respeito a este crescimento, atestando suas conseqüências ou até mesmo a falta de planejamento e organização no tocante ao andamento das obras e a mobilidade dentro do campus. Assim como em outras matérias que já vimos e mencionamos anteriormente, os números sobre o crescimento visam conferir veracidade aos dizeres e se articulam com o contexto histórico, com outros dizeres, quando evocam, por exemplo, “UFG salta de 15 mil alunos em 2007 para 25 mil alunos”.

Em seguida, seguem relatos de estudantes e outras pessoas que necessitam ir à área do Campus Samambaia em Goiânia e que se queixam, sobretudo, da dificuldade em se encontrar vagas para estacionamento. De outro lado, representantes da UFG respondem que os transtornos são transitórios e que fazem parte do processo de crescimento experimentado pela instituição e, ainda, solicitam a colaboração dos usuários dos espaços de estacionamento de veículos. Neste aspecto, a matéria se relaciona discursivamente com a questão da mobilidade, do acesso ao campus e suas dependências e os sentidos passam a ser construídos a partir dessa

⁴⁰ Matéria disponível no anexo 04.

articulação entre crescimento e mobilidade, ocasionando efeitos de sentidos diferentes daqueles que se ateriam apenas ao crescimento e seus números ou ao crescimento e à qualidade do ensino, por exemplo. Ao mencionar na referida matéria “além da facilidade que a população encontra hoje para comprar um carro, o fato do Câmpus 2 ser distante da região central da cidade desestimula os alunos e funcionários a adotarem o transporte coletivo” e “não temos onde deixar os carros. Os estacionamentos estão tomados de material de construção. Por que não fazer por etapas, abrir um e fechar outro”, ocorre uma articulação entre uma questão social, econômica e de políticas públicas e os dizeres que estas questões implicam com os dizeres relativos ao tráfego e à mobilidade, trazidos aqui por pessoas que possuem vinculação direta ou indireta com a UFG.

O texto é escrito por meio de uma prática jornalística comum de se ouvir os lados envolvidos na questão, embora, como já dissemos, o jornalista a partir daquilo que foi dito pelo entrevistado e a partir de outros dados, construirá seu texto, no qual, de certa forma, caberá a ele o que deverá ser ressaltado ou apagado nos dizeres dos entrevistados. Pelo que entendemos enquanto discurso e seus efeitos de sentidos, os entrevistados são de certa forma instigados pelo jornalista a expor seus problemas e, assim, constroem seus dizeres a partir da base que lhe é proposta e que tem como sustento a entrevista, as perguntas que certamente são direcionadas ao entrevistado. Como resposta a algo, pensando em um contexto bakhtiniano de enunciados que são produzidos em resposta a algo e que se relacionam dialogicamente, a matéria é produzida em resposta a uma pauta jornalística e as falas dos entrevistados são produzidas em resposta a perguntas do jornalista.

A fonte, por sua vez, constrói seus dizeres e em consequente os sentidos, a partir de seu contexto imediato, de sua relação com o problema ou de que forma o problema o afeta, tendo em vista sua relação com o espaço da universidade, de uma forma em que ocorra interação com a universidade como um todo e com discursos, sendo esta interação entendida tanto como discordância quanto concordância com o espaço e com aquilo que está posto ou é dito sobre o espaço da UFG. As sequências, “todos querem estacionar mais perto dos prédios e de preferência na sombra” e “não planejaram estacionamentos” remetem a uma filiação discursiva, política e ideológica presente na matéria e que se refere na primeira afirmação a uma fala do diretor do órgão de fiscalização das obras na UFG e na segunda de uma estudante que reclama da falta de estacionamentos. As afirmações dão conta de que os posicionamentos do sujeito, a articulação com outros discursos e os aspectos ideológicos constroem os sentidos. Para o diretor o problema poderia ser resolvido com uma conscientização de que existem vagas e que seria necessário a compreensão dos usuários no sentido de buscar essas

vagas e compreender que a situação é transitória. Para a estudante, a questão é de falta de planejamento e que caberia a universidade resolver a questão, portanto, os sentidos construídos são diferentes. O jornalista, por sua vez, está em uma posição de quem constrói pelo seu olhar aquilo que se chama de matéria jornalística.

As matérias jornalísticas e no caso desta que analisamos no momento, via de regra, se constituem de uma afirmação que geralmente deixa implícita ou explícita a dependência a uma resposta que, em geral, confronta o que foi dito anteriormente. Desta forma, vemos sentidos construídos de forma completamente diferente. Se para o representante da UFG as obras podem ser vistas até certo ponto de forma positiva, que são a prova concreta de uma universidade em desenvolvimento, para os estudantes e pessoas que se relacionam com a UFG, a questão, em alguns casos, decorre da falta de organização. Percebem-se visões diferentes, filiações discursivas e ideológicas diferentes. As obras, construções e o crescimento da UFG produzem diferentes sentidos para os lados em questão. A construção de sentidos diferentes decorre do fato de que os sujeitos são diferentes e possuem filiações discursivas e ideológicas distintas. Também decorrem do fato de outros discursos constituírem e atravessarem os sujeitos, revelando a possibilidade de surgimento de sentidos diferentes.

As matérias que citamos por último, “Novos prédios nos campus da UFG” (JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2012, p. 6-7) e “Obras provocam transtornos” (O POPULAR, 21 de maio de 2012), atribuem sentidos distintos ao crescimento da UFG. O *Jornal UFG* parte da ideia de crescimento, no entanto, aqui, abordando o aspecto institucional deste crescimento. O que se propõe, tendo em vista a própria vinculação do jornal à UFG é retratar o crescimento, em especial as obras físicas enquanto avanços e conquistas, sem que sejam ressaltados aspectos mencionados em *O Popular* e que se referem a eventuais transtornos ocasionados por este crescimento. O enfoque se dá para prédios que são erguidos em espaços antes vazios, que aparecem no corpo da matéria, mas, também, em riqueza de fotografias, que buscam atestar as edificações erguidas ou em estágio avançado de construção, o que nos impõe uma ideia de conclusão ou de andamento, que tenta contradizer a ideia cristalizada na população de lentidão da coisa pública. Até mesmo como uma prestação de contas, busca-se justificar os investimentos e também especificar os recursos gastos e a área construída de algumas edificações. Isto pode ser atestado em sequências que atestam a dinamicidade do crescimento. Citamos, como exemplo, as sequências “até o final do ano, 18 novas obras devem ser inauguradas, distribuídas entre os Câmpus de Goiânia, Catalão e Jataí” e “a área central da quadra das novas sedes abrigará um Centro de Convivência com espaço para a

instalação de Centros Acadêmicos (CAs), dos cursos recém-criados”. Não se fala em transtornos e o direcionamento da matéria e dos sujeitos e discursos mobilizados constrói sentidos que se associam às obras e às pessoas responsáveis pelas edificações aos aspectos positivos no que se refere às obras, ao crescimento e as construções na UFG.

Nesta questão do destaque positivo ou negativo, outro aspecto que também pode ter raízes ideológicas é a questão da valência das informações publicadas nos dois jornais. Neste exemplo específico que trata das obras e construções na UFG, é possível verificarmos se os jornais que analisamos trataram o tema com destaque maior para os aspectos positivos ou negativos. Um estudo bastante interessante sobre a chamada valência positiva ou negativa das notícias vem sendo desenvolvido pelo Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública da Universidade Estadual do Rio de Janeiro. As pesquisas resultaram em um site chamado de manchetômetro que acompanha a cobertura de alguns jornais brasileiros. O assunto preferencialmente avaliado pelo grupo de pesquisa e disponibilizado no site é, sem dúvida, a questão política e eleitoral, com foco na cobertura pela mídia de eleições presidenciais desde 1998. Nas últimas eleições presidenciais, por exemplo, o site avaliou a valência contrária aos principais candidatos, atribuindo a cada um dos presidenciáveis as valências negativa, neutra ou positiva, verificada a partir da capa publicada pelos jornais Folha de São Paulo, O Globo e Estado de São Paulo em diferentes meses do ano de 2014. Houve também a avaliação da cobertura realizada pelo Jornal Nacional, da TV Globo. Foi verificado no estudo que, os candidatos receberam pelo critério de valência negativa, neutra ou positiva, tratamentos distintos por parte dos veículos pesquisados, com predominância de valência negativa à candidata Dilma Rousseff, por exemplo.

Pois bem, se formos pensar neste aspecto em nossa análise, podemos verificar nas reportagens que tratam do crescimento da UFG que, para *O Popular* o destaque maior foi para os aspectos negativos do crescimento, onde verificamos nos dizeres dos sujeitos entrevistados e na composição da reportagem, uma maior presença de sequências que destacam mais os aspectos negativos, vinculados aos transtornos das obras e construções na universidade. Por outro lado, para o *Jornal UFG* foram destacados os aspectos positivos, que associam as obras e construções à ideia de investimento, de melhoria do ensino e da infraestrutura na universidade, o que, aliás, era de se esperar pelo fato de ser um jornal institucional. Entendemos que o fato de se destacar os aspectos positivos ou negativos possui atravessamentos ideológicos que nos remetem às posições ideológicas ocupadas pelos sujeitos e pelos jornais que estudamos. A partir da ideologia que interpela e constitui os sujeitos, os discursos são construídos e, neste exemplo, serão construídos enaltecendo aspectos positivos

ou negativos, tendo em vista também o fato de um jornal possuir características comerciais e outro jornal institucionais.

A imprensa de um modo geral trabalha com um produto extremamente perecível, que é a informação. Lage (2002, p. 8) destaca que “[...] a contingência do jornal moderno, produto industrial que custa enorme esforço, mobiliza grandes equipes, enfeixa considerável poder e, não obstante, vive menos do que uma borboleta”. Assim, uma redação de um jornal impresso diário ou mesmo de um informativo institucional, guardadas as devidas proporções, a partir da sua rotina de produção, do seu trabalho, pode ser entendido como um trabalho feito em conjunto, fortemente influenciado ao mesmo tempo em que influencia a sociedade e ainda, a partir de dinâmicas de mercado, posto que, fundamentalmente, os jornais são empresas que como tal, necessitam se manter.

Os dizeres da mídia são, portanto, produto dessa interação, que se dá em maior ou menor escala, de forma harmoniosa ou não, no ambiente da redação, onde em uma primeira instância, as próprias pautas podem ser vistas como a primeira instância de produção de sentidos de uma matéria. Ao pensar sobre a pauta, o profissional responsável por ela, já constrói sentidos no próprio direcionamento da matéria sugerido ao repórter, seja por meio de palavras empregadas na pauta, da indicação de fontes a serem entrevistadas ou da relevância do tema para a sociedade. O repórter, de posse da pauta, constrói sentidos tendo a influência daquilo que lhe é oferecido e no processo de tomar conhecimento da pauta e consequente apuração dos fatos, de entrevistas e de escrita do texto, aquilo que anteriormente foi proposto, poderá tomar sentidos diferentes, a partir do trabalho de apuração e escrita da matéria. A cada etapa, a cada sujeito, sentidos são construídos, por meio de posicionamentos sociais, históricos e ideológicos, a partir de discursos e sujeitos heterogêneos, de atravessamentos.

No processo de edição, realizado pelo editor, é lançado outro olhar sobre a matéria, que fará, quase sempre, alterações no corpo da matéria e no título e que escolherá o local e a disposição da matéria e das imagens, caso existam. No processo de diagramação entram quesitos técnicos e até mesmo ideológicos, onde uma matéria publicada em uma determinada página terá efeito diferente, caso seja publicada em outra página. O leitor, aquele a quem é destinado preferencialmente os dizeres jornalísticos, a partir da materialidade do jornal impresso, do verbo-visual, identifica-se ou se desidentifica-se com o que é enunciado e assim, constrói sentidos a partir de um dado contexto sócio-histórico. Assim, o que pretendemos dizer é que no discurso da mídia, inúmeros dizeres e sujeitos são evocados. São discursos que se confrontam, ressignificando e atualizando sentidos, onde encontramos sujeitos que enunciam a partir de posicionamentos, interações e interesses. Vejamos como

opera a ideologia dos sujeitos e discursos no discurso midiático institucional universitário e no discurso midiático comercial com relação a matérias referentes à UFG.

3.4 – Pensamento ideológico dos sujeitos e discursos no discurso midiático

3.4.1 – Pensamento ideológico em Pêcheux

A objetividade jornalística de fato existe, ou é um mito, algo a ser ainda alcançado ou mesmo abandonado? De fato, a mídia transmite a verdade dos fatos a partir de uma reprodução fiel daquilo a que se quer reportar? A imparcialidade jornalística, sua neutralidade, não defendendo a esse ou aquele grupo ou pessoa, é algo realmente verdadeiro? Temos visto até aqui que, para os estudos do discurso, não há neutralidade e nem tampouco o ato de informar é tido como simples transmissão de informações jornalísticas. A mídia com seus sujeitos e discursos, ao estampar em um jornal ou veicular em meios eletrônicos seus noticiários, muito além de informar, expressa de forma explícita ou não, seu posicionamento ideológico, suas motivações, seus conflitos e o jogo de poderes que permeia o universo midiático e seus sujeitos. Pretendemos refletir nesta seção acerca da ideologia a partir dos estudos de Pêcheux e Bakhtin. A reflexão sobre a ideologia nos ajudará a pensar sobre os aspectos que envolvem a construção da notícia, onde se encontram sujeitos e discursos ideologicamente marcados, situados em um dado contexto, atravessados por outros discursos. No capítulo anterior dedicamos uma seção onde refletimos, ainda que de forma breve, sobre a ideologia voltada muito mais para as práticas e técnicas jornalísticas. Queremos aqui avançar nessa reflexão e abordar as questões que envolvem mídia, discurso e ideologia.

Para Zizek (1996, p. 15), a ideologia em si diz respeito “a noção imamente da ideologia como doutrina, conjunto de ideias, crenças, conceitos e assim por diante, destinada a nos convencer de sua ‘veracidade’, mas, na verdade, servindo a algum inconfesso interesse particular do poder”. A ideologia para si, considerada um passo mais adiante da ideologia em si é “a ideologia em sua alteridade-externalização, momento sintetizado pela noção althusseriana de Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE), que apontam a existência material da ideologia nas práticas, rituais e instituições ideológicas” (ZIZEK, 1996, p. 18). Trata-se assim da existência material da ideologia a partir dos AIE. Em um terceiro modo de conceituação, a ideologia refletida em si mesma, para ZIZEK (1999, p. 20), consiste em tornar relativo o alcance da ideologia e assim “ou uma ideologia exerce uma influência crucial, mas restritas a uma camada social estreita, ou seu papel na reprodução social é marginal”. A nós interessa

neste momento a ideologia enquanto prática, por meio das noções revisitadas nos estudos empreendidos pela AD por meio de Pêcheux em referência ao trabalho de Althusser.

A ideologia em Pêcheux não são ideias, mas práticas discursivas, a partir de uma concepção materialista que tem como base o trabalho de releitura de Marx operado por Althusser. Na concepção marxista, a luta de classes é vista como o confronto entre proletariado e burguesia, a fim de que o proletariado tome o poder da burguesia e assim implante um Estado proletário. Em Althusser um dos locais onde ocorre a luta de classes é nos AIE. Para Carvalho, Ferreira-Rosa e Mesquita (2011, p. 257)

Os aparelhos ideológicos de Estado são o lugar e o marco de uma luta de classes que prolonga, nos aparelhos da ideologia dominante, a luta de classes geral que domina a formação social em seu conjunto. Dentro desse contexto de tentativa de imposição da ideologia dominante, há uma “resistência”. Se há resistência, há luta e essa luta é o eco da luta de classes.

De acordo com Althusser (1970, p. 99), acerca do funcionamento da ideologia verifica-se que

[...] a ideologia “age” ou “funciona” de tal forma que “recruta” sujeitos entre os indivíduos (recruta-os a todos), ou “transforma” os indivíduos em sujeitos (transforma-os a todos) por esta operação muito precisa a que chamamos a *interpelação* que podemos representar-nos com base no tipo da mais banal interpelação policial (ou não) de todos os dias: “Eh! Você”.

Althusser, ao se referir a esta interpelação, afirma que ao atender ao chamado, no caso do exemplo dado acima, atender ao policial, girando o corpo em direção ao mesmo, faz com que este se torne sujeito, tendo em vista ter reconhecido o chamamento, a interpelação direcionada a si e não a outro. A ideologia interpela os sujeitos, embora o sujeito, muitas vezes, não tenha consciência dessa interpelação, e assim a interpelação ocorre de forma inconsciente. O sujeito se identifica e filia-se a determinada ideologia, podendo assim filiar-se a uma e não a outra e acredita que, com isso, tem autonomia sobre tal filiação e a partir deste lugar, os sujeitos se posicionam.

O trabalho que Pêcheux empreende a partir da leitura de Althusser consiste em ir mais adiante e pensar a questão da língua a partir de pressupostos político-ideológicos por meio do materialismo histórico. No texto *A propósito da Análise Automática do Discurso*, assinado por Pêcheux e Fuchs em 1975, a ideologia possui conteúdo material e a forma como ela funciona, reproduzindo as relações de produção, decorre da interpelação, do assujeitamento, que consiste no fato de que o sujeito, ainda que pense ser livre, passe a ocupar seu lugar em

uma ou outra das duas classes sociais. A inserção e filiação a um determinado discurso e ideologia e a perpetuação das relações de classe são garantidas de forma prática pela existência dos AIE, que remetem às relações de classe, nas quais, em dado momento, tais relações se constituirão pelo afrontamento, dentro dos AIE de posições ideológicas e políticas. Assim, os AIE são locais da luta ideológica, tendo o discurso enquanto local da materialidade ideológica.

Com a contribuição de Authier-Revuz na AD-3 acerca do inconsciente e da relação do sujeito com o Outro/outro, as FD não são compreendidas mais como espaço fechado ou como blocos homogêneos, mas são constantemente invadidas por outros discursos, que atestam o caráter heterogêneo a partir dos quais os sujeitos assumem diferentes posições em uma dada FD. Sendo assim, temos um sujeito dividido, barrado, cindido, clivado, que oscila entre consciente e inconsciente. Os sujeitos dos discursos midiáticos sobre a universidade são fundamentalmente os jornalistas que assinam as matérias ou a quem se atribuem as fotografias e imagens e as fontes e os entrevistados que são mobilizados para que se componha a matéria jornalística. A estes sujeitos, somam-se outros como o público, fundamental para a construção dos discursos e dos sentidos, uma vez que o material produzido é destinado ao público e ainda anunciantes e proprietário do veículo de comunicação. Nesta perspectiva de sujeito com relação à ideologia e o inconsciente, o sujeito jornalista, por exemplo, ao tempo em que assume a função social de informar se coloca na posição discursiva de jornalista. Aquele que escreve para um jornal universitário, também assume a posição de servidor público, portanto, se situando dentro de tal contexto ideológico.

Se para a teoria da comunicação de Jakobson, o processo comunicativo consiste basicamente na transmissão de uma mensagem entre emissor e receptor por meio de um canal, de onde não era possível conceber a existência de falhas, lapsos e ruídos, em Pêcheux, quem enuncia o faz a partir de um lugar, socialmente e historicamente marcado, tendo a ideologia e sujeitos enquanto elementos intimamente ligados. Pêcheux (1997, p. 149) dirá que “só há prática através de e sob *uma* ideologia; só há ideologia pelo sujeito e para os sujeitos”. Fernandes (2008, p. 17) afirma que a “ideologia é imprescindível para a noção de discurso, não apenas imprescindível, é inerente ao discurso”. Assim, quando pensamos nos dizeres da mídia jornalística sobre a UFG, há que se pensar e perguntar acerca das práticas ideológicas presentes em um e outro discurso e da forma como estas práticas ideológicas afetam e constituem o sujeito discursivo.

Um evento que visa atrair e orientar estudantes do ensino médio sobre cursos e mercado de trabalho disponíveis na UFG, construído enquanto discurso midiático em um jornal

universitário e em um jornal comercial, pode se vincular a diferentes ideologias. No jornal universitário, temos uma vinculação mais direta com a ideologia institucional, sobretudo no que se refere aos discursos e ideologia administrativa. Em um jornal comercial, a ideologia inerente ao discurso será diferente, podendo se atrelar às questões de concorrência de mercado e aos aspectos comerciais que podem nos remeter à necessidade de sobrevivência do jornal enquanto empresa. A instituição universitária e a dinâmica de mercado, bem como os sujeitos que se constituem ideologicamente nos cenários comercial e institucional, se constituem e são atravessados por ideologias que acabam por interpelar a cada sujeito de forma diversa. São diferentes ideologias que formam e constituem, pensando no aspecto midiático, o jornal universitário e o jornal comercial. Os veículos poderão se identificar com determinada ideologia e deste lugar construir sentidos e discursos, mas, outras ideologias, manifestadas nas práticas discursivas, estarão compondo a complexidade dos discursos da mídia jornalística em matérias que se refiram à UFG.

A interpelação, dirá Pêcheux (1997, p. 154), põe em evidência a relação do sujeito com a ideologia, pelo modo como a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos. O que não é sujeito, portanto, o indivíduo, é interpelado, e se constitui sujeito por meio da ideologia. Paradoxalmente, todo indivíduo é “sempre-já-sujeito” pelo fato de que todo indivíduo é chamado a ser sujeito pela ideologia, o que faz com que percebamos o caráter indissociável do sujeito e da ideologia e o fato de que não existem discursos neutros, ao contrário, estes se dão em uma relação atravessada pela ideologia e por outros discursos. O sujeito discursivo assim é constituído pelo atendimento à interpelação ideológica.

A noção de FI, trabalhada por Pêcheux na obra *Por uma análise automática do discurso*, no capítulo escrito por Pêcheux e Fuchs, acerca de atualizações e perspectivas da AAD e na obra *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio* nos ajuda a pensar acerca da relação entre ideologia e sentidos. O sentido não é transparente, não é único ou já dado e passível de ser apreendido pela simples linearidade da mensagem, sem que se considere aquilo que é exterior e que afeta o discurso. Para Pêcheux (1997, p. 160) a FD, noção ligada a FI é que irá determinar, dentro da FI, da conjuntura ideológica, da posição ocupada pelo sujeito, o que pode e deve ser dito e que será articulado em diversas formas, seja por uma propaganda, pela mídia, pelo governo, enfim. O sujeito ocupa um lugar social e discursivo e se insere em uma FD, de onde os sentidos serão construídos e de onde se determina o que pode e deve ser dito, a partir da inserção e posição, por exemplo, como estudante, professor, dirigente ou técnico vinculado à UFG.

Para Malidier (2003, p. 52), “articulada sobre a ideologia, a ‘formação discursiva’ é totalmente pega pela história, referida a uma relação de forças” e essa FD, na realidade, irá dissimular sua dependência a outra FD, onde sealaria talvez em uma relação de forças entre uma FD dominante e uma FD dominada. Retomando a questão da interpelação dos indivíduos em sujeitos, a interpelação decorre das FI e ainda do interdiscurso, ou seja, de atravessamentos ideológicos e discursivos, que denotam relações de aliança ou de confronto que se estabelecem entre discursos. De forma a clarear a questão da interpelação, que constitui sujeitos e da relação destes com os discursos e a com a ideologia, Pêcheux (1997, p. 163) afirma que

Podemos agora precisar que a interpelação do indivíduo em sujeito de seu discurso se efetua pela identificação (do sujeito) com a formação discursiva que o domina (isto é, na qual ele é constituído como sujeito): essa identificação, fundadora da unidade (imaginária) do sujeito, apoia-se no fato de que elementos do interdiscurso (sob sua dupla forma, descrita mais acima, enquanto “pré-construído” e “processo de sustentação”) que constituem, no discurso do sujeito, *os traços daquilo que o determina*, são re-inscritos no discurso do próprio sujeito.

O sujeito, a partir do materialismo histórico, em Pêcheux, é entendido como aquele que se insere em determinados discursos, tendo em vista determinadas condições de produção, ideologias e posições. Pela forma-sujeito, a interpelação do sujeito decorre de sua (des)identificação com o Sujeito universal. Assim, o sujeito enunciatador poderá ou não se identificar com o Sujeito universal, com a FD na qual se insere. Pelo funcionamento dos esquecimentos discursivos, não considerando aqui o termo esquecimento enquanto perda de memória ou qualquer outra patologia mental, mas, como noção relevante a AD e que trata de uma ilusão que o sujeito possui de ser origem dos discursos e que é constitutiva dos sujeitos e dos discursos, entendemos a questão que envolve a dualidade consciente e inconsciente. O sujeito se identifica a uma determinada FD, no entanto

Esse processo de identificação é inacabado e acompanhado ininterruptamente de outros processos de identificação, ou seja, o sujeito se desidentifica de formações discursivas se identificando a outras e se contra-identificando a outras ainda. O não-assujeitamento total do sujeito nos permite apontar para o papel da resistência e da contradição como algo constitutivo do próprio processo de assujeitamento. (DEZERTO, 2010, p. 12)

A evidência daquilo que a teoria de Pêcheux chama de bom sujeito, ocorre quando há uma superposição do sujeito da enunciação com o Sujeito universal, quando ocorre a identificação do sujeito em relação a FD que o domina. De outra forma, pela ocorrência do

mau sujeito, o sujeito da enunciação se volta contra o Sujeito universal e assim se contra identifica com a FD e diferente do bom sujeito, o mal sujeito não possui uma identificação plena com a FD que o domina.

O sujeito, que é ideológico, também é afetado, constituído pelo consciente e inconsciente. Há um apagamento que se dá ao nível do inconsciente, onde se rejeita as FD que se opõem a FD dominante com a qual o sujeito se identifica. Este é o chamado esquecimento número 1. Já no esquecimento número 2, há uma seleção das formas cabíveis, possíveis de serem utilizadas. É a operação de seleção linguística que todo falante faz entre o que é dito e o que deixa de ser dito. Essa operação dá ao sujeito a ilusão de que o discurso reflete o conhecimento objetivo que tem da realidade, a ilusão de falar a verdade, a realidade, se esquecendo de que são possíveis outras frases, produções. Malidier (2003, p. 43) acerca da relação entre ideologia e inconsciente acrescenta que

A oposição dos dois “esquecimentos” é das zonas em que eles trabalham: o pré-consciente para o “esquecimento número 1”. Mais fundamentalmente, esta oposição sugere uma analogia com a teoria lacaniana do outro vs o Outro: identificação imaginária (“outro” com o minúsculo) está do lado do “esquecimento número 2”; processo de interpelação-assujeitamento do sujeito (o “Outro” de Lacan) do lado do “esquecimento número 1”. Quaisquer que sejam os remorsos teóricos que sua construção fará nascer em Michel Pêcheux, a primeira expressão de uma verdadeira busca: a da relação entre ideologia e inconsciente. Ela estará no centro das suas interrogações que virão.

A noção de um sujeito assujeitado, presente até a AD-2, é repensada pela concepção de um sujeito que se move e é submetido a falhas, contradições e ambiguidades. O sujeito na AD-3 assume diversos posicionamentos e sempre há a possibilidade de irrupção de um discurso-outro onde o sujeito não é o outro, mas a singularidade da posição de um sujeito que se move nas relações interdiscursivas. Essa relação entre sujeito e ideologia nos ajudará a refletir acerca do discurso midiático quando pensamos neste discurso com foco específico na universidade, onde estas duas instituições, universidade e mídia por si só, são atravessadas por diferentes ideologias e contextos históricos e sociais. É provável que, estejamos falando de duas instituições que ao mesmo tempo em que exercem “certa dominação”, quando pensamos no caráter ideológico e na identificação ou não do sujeito, também são “dominadas” por aquilo que está tanto no interior quanto no exterior das instâncias que as compõem e que se manifestam pela multiplicidade de vozes, discursos, sujeitos e ideologias que compõe e constitui a mídia e a universidade, instituições essencialmente feitas por pessoas e para pessoas.

3.4.2 – Pensamento ideológico em Bakhtin

Nas concepções do Círculo, o sujeito é consumidor e produtor de discursos. O eu enquanto sujeito diz a partir de um lugar, de um contexto, de uma dada maneira, dirigindo-se a um receptor, a alguém. Bakhtin/Volochínov compreende o sujeito a partir da relação consigo mesmo e com o outro e critica o sistema que propõe a primazia do receptor perante o emissor, bem como a linearidade dos discursos. Neste sentido, o teórico russo enumera duas orientações acerca da linguagem e da linguística. Uma primeira à qual ele chama de “subjetivismo idealista” e uma segunda chamada “objetivismo abstrato” (2012, p.74). A primeira orientação pode ser sintetizada no fato de que

A essência da língua está precisamente na sua história. A lógica da língua não é absolutamente a da repetição de formas idênticas a uma norma, mas sim uma renovação constante, a individualização das formas em enunciações estilisticamente únicas e não reiteráveis. A realidade da língua constitui também sua evolução. Entre um momento particular da vida de uma língua e sua história se estabelece uma comunhão total. (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2012, p. 84)

Sendo assim, percebe-se nesta primeira orientação um cenário de instabilidade, de fluidez, de opacidade, onde se insere o sujeito que, de acordo com a concepção bakhtiniana, se dá a partir de uma percepção que extrapola o individual e se manifesta por meio do social, do coletivo, das relações, do dialogismo inerente à própria condição de vida em sociedade. Desta constatação, sendo o homem um ser social por natureza, podemos dizer que o indivíduo estabelece uma relação dialógica com outros indivíduos e desta forma se constitui de forma viva, em pleno e constante movimento, em um universo de confronto, perpassado por ideologias, sentidos, vozes e percepções, noção que se difere da segunda orientação que afirma que

Todas as formas da língua, consideradas num momento preciso (ou seja, do ponto de vista sincrônico) são indispensáveis umas às outras, completam-se mutuamente, e fazem da língua um sistema estruturado que obedece a leis linguísticas específicas. Estas leis linguísticas específicas, à diferença das leis ideológicas – que se referem a processos cognitivos, à criação artística, etc. - não podem depender da consciência individual. Um tal sistema, o indivíduo tem que tomá-lo e assimilá-lo tal como ele é. Não há lugar, aqui, para quaisquer distinções ideológicas, de caráter apreciativo: é pior, é melhor, belo, repugnante. Na verdade só existe um critério linguístico: está certo ou errado; além do mais, por correção linguística deve-se entender apenas a conformidade a uma dada norma do sistema normativo da língua (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2012, p. 81)

Tal concepção, que distancia questões como significações ideológicas, condições de produção dos enunciados e contexto social, histórico e cultural, onde se inserem enunciados e

sujeitos, são vistas pelo Círculo de Bakhtin como orientações que carregam em si a imagem de um sistema homogêneo e estrutural, quando para Bakhtin/Volochínov o enunciado é pensado a partir de pressupostos dialógicos, que se relacionam a enunciados anteriores. Um enunciado para existir deve ser dito a alguém, em uma dada época, em sua relação com outros enunciados, ou seja, são constituídos de sujeito e história. A compreensão deste enunciado, a troca linguística, ocorre por meio da inserção dos sujeitos, emissor e receptor, na esfera social, no entanto, é necessário que ambos comunguem do mesmo horizonte social, se relacionem em um ambiente onde exista conhecimento e compreensão da situação vivida por parte dos interlocutores que, por sua vez, assumem uma atitude avaliativa e responsiva frente à situação exposta. “A enunciação é o produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados [...]. *A palavra dirige-se a um interlocutor*” (BAKHTIN/VOLOCHÍNOV, 2012, p. 116, grifos do autor).

No sentido de que a palavra é a arena de conflitos e que é carregada de ideologia, Bakhtin/Volochínov entende que não há discurso neutro, desprovido de qualquer intenção, valor ou significado. Bakhtin/Volochínov se distancia da concepção dicionarizante da palavra, aquela de uma palavra estanque, sem relação com o que lhe é exterior e enxerga, dessa forma, sujeitos e discursos em diálogo, com discursos que se relacionam a outros discursos e um processo dialógico inesgotável. Signo e ideologia estão indissociavelmente ligados e o ideológico traz o embate e assim, nessa concepção, Bakhtin/Volochínov critica o objetivismo abstrato de Saussure que separa língua e conteúdo ideológico, aquilo que é exterior e faz com que a língua seja vista enquanto sistema passível de ser estudado a partir de uma concepção imanente, rente ao texto.

Os signos, para o Círculo, não só refletem como refratam a realidade. Isto significa para Faraco (2013, p. 173) que “com os signos podemos apontar para uma realidade que é externa (para a materialidade do mundo), mas o fazemos sempre de modo refratado”. Faraco esclarece (2013, p. 174) que refratar em Bakhtin, se refere ao fato de que não apenas se reproduz ou se descreve, mas se constroem diferentes interpretações, refrações, e é através da refração que os signos são dotados de contradições, historicidade, diversidades, experiências, enfim, não podendo ser os signos monossêmicos, mas sim plurissêmicos, o que os torna integrantes de um território caracterizado por movências, dinamismo e vitalidade e assim “o material semiótico pode ser o mesmo, mas sua significação no ato social concreto de enunciação, dependendo da voz social em que está ancorado, será diferente” (FARACO, 2013, p. 175). Quando pensamos na refração dos signos, na ideologia presente na palavra e no próprio dialogismo bakhtiniano face ao discurso midiático, verificamos que além de cumprir o que

podemos chamar de função social, ou seja, prover o sujeito de informação, os dizeres que se encontram na mídia, em nosso caso, relativos à universidade, são vistos como local de materialidade, refração e ideologia, onde se encontram e confrontam discursos e sujeitos.

3.4.3 – A ideologia presente nos sujeitos e discursos

Para Pêcheux, a questão da ideologia refere-se, sobretudo ao sujeito, ao indivíduo que se torna sujeito interpelado pela ideologia. A noção de ideologia é posta a partir do trabalho de Althusser acerca da teoria marxista. Ao retomar o termo aparelho ideológico, Pêcheux (1997, p. 144-145) indica que a igreja, a polícia, os tribunais etc, não são a forma de expressão da ideologia e sim o local de sua materialização e assim o que é dito, dependendo de seu contexto, pode sofrer outros significados. Em Bakhtin/Volochínov, o ideológico liga-se ao signo, ou seja, se materializa no signo, onde “ideologia é um fato de consciência e que o aspecto exterior do signo é simplesmente um revestimento, um meio técnico de realização do efeito interior, isto é, da compreensão (2012, p. 31)”. O signo será possível a partir de indivíduos interligados, a partir da própria concepção dialógica de linguagem do Círculo e desta forma o sentido dos signos pode variar para cada grupo ou indivíduo. Na concepção do Círculo, estamos sempre transformando.

Na proposta de Pêcheux, sujeito e ideologia são indissociáveis e como já vimos, pela ideologia os indivíduos são interpelados em sujeitos. Pêcheux irá conceber o sujeito não enquanto ao que conhecemos da gramática, mas sim, como sujeito discursivo, constituído pela ideologia e ainda por fatores históricos, sociais e culturais. Para se pensar a noção de sujeito ideológico, a posição ocupada por este sujeito do ponto de vista social e ideológico é essencial enquanto forma de se entender os sentidos e ainda a materialidade da ideologia nos discursos e a própria noção de discurso para a AD. O sujeito, concebido inicialmente em Pêcheux como mero efeito de assujeitamento ideológico a uma determinada FD, passa a ser posteriormente visto pela heterogeneidade, onde se reconhece a opacidade e a interdiscursividade. A contribuição mais direta da Psicanálise ajuda a pensar a relação do sujeito não apenas com a ideologia, mas também com o inconsciente, onde o sujeito não se relaciona apenas com o outro, com o interlocutor, mas, também com o inconsciente. O sujeito em Pêcheux emerge, portanto, da ideologia e da relação com o histórico e social, ou seja, o sujeito se constitui na e pela ideologia, onde o sujeito se filia à FI que comporta uma ou mais FD e deste local ocupado, a partir da sua filiação a um determinado discurso, se identificam também outros discursos no processo de compreensão e interpretação dos dizeres. Orlandi (2010, p. 46) afirma que o trabalho da ideologia é “produzir evidências, colocando o homem

na relação imaginária com suas condições materiais de existência” e ainda (2010, p. 48) “enquanto prática significante, a ideologia aparece enquanto como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido”.

Para o Círculo de Bakhtin, a constituição da consciência humana é de natureza sócio-ideológica, que se dá por meio do signo, da ideologia e da significação. O sujeito para o Círculo é concebido em sua relação com o outro, onde pensamos na interação e dialogismo como peças chave para se refletir acerca do sujeito. A consciência que o sujeito tem de si, de sua existência, se dá por meio do outro. O dialogismo está, portanto, tanto para os discursos quanto para a interlocução. O sujeito é dessa forma constituído e se move dentro da multiplicidade que o afeta, o atravessa e o influencia. Pela constituição sócio-ideológica Bakhtin/Volochínov concebe o signo enquanto sujeito a ideologia, onde o signo, conforme dissemos reflete e refrata a realidade. Os signos se mantêm vivos justamente nessa relação dialógica, onde, ao relacionar-se com o exterior, se constituem o signo ideológico. A respeito da relação e da movimentação entre o eu e o outro, Freitas (2013, p. 191) destaca três categorias de movimentos:

Em primeiro lugar apresenta o “eu-para-mim”, como eu me vejo, como meu eu olha para a própria consciência e a sente. O eu como minha identidade. Em segundo lugar situa duas outras categorias do eu mascaradas pela alteridade: “eu-para-o-outro” e “o-outro-para-mim”. A categoria “eu-para-o-outro” se refere a como o outro me vê, como apareço aos olhos do outro. Inversamente, “o-outro-para-mim” se relaciona a como percebo o outro, como o outro que está fora de mim é apreendido pelo meu eu. Essa tríade sintetiza uma perspectiva que pode ser aplicada para a compreensão da produção da subjetividade: um eu que se constitui a partir do outro mas na interação e não na fusão com o outro. Mais uma vez é enfatizado por Bakhtin o papel essencial da alteridade na modelagem e constituição do eu. A alteridade é o que é exterior, que está fora, o excedente.

A noção de que o eu se constitui nessa relação de si e do outro, posteriormente será importante para compreendermos a questão da verbo-visualidade no discurso midiático. Quando falamos do discurso midiático, esse processo é fundamental para compreendermos o que é dito e nas palavras de Bakhtin/Volochínov (2012, p. 32) e pensando no discurso midiático e no processo de refletir e refratar a realidade o signo “pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreende-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é, verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.)”.

Na articulação da teoria em Pêcheux (2010) e Bakhtin/Volochínov (2012) a respeito da ideologia, ambos partem de bases marxistas e entendem que o discurso não é uma mera transmissão de uma informação seguida de uma decodificação entre interlocutores. Na

compreensão de Porto (2013, p. 95), em Pêcheux (2010) temos que considerar os aspectos exteriores, de onde se fala em efeitos de sentidos entre interlocutores, em lugares ocupados pelos sujeitos, em condições de produção. Em Bakhtin/Volochínov (2012), a questão que envolve a comunicação se situa na compreensão de uma mensagem, na interação entre interlocutores. Para Porto (2013, p. 96-97), apesar de estarem em lugares e épocas diferentes, nas propostas bakhtiniana e pecheutiana são “coincidentes preocupações com as posições dos interlocutores no discurso, a defesa de um discurso não transparente, imerso no já-dito, ou na cadeia da comunicação verbal, onde nenhum discurso é inédito”, o que nos faz acreditar em pontos de articulação entre as duas teorias. Este movimento de articulação entre os filósofos para Porto (2013, p. 104) é possível pela via do materialismo histórico, presente no construto teórico da Análise do Discurso Francesa e da Análise Dialógica do Discurso, “demonstrando que a ideologia aparece indistintamente relacionada à linguagem e, conseqüentemente, a sujeitos de linguagem, conservadas as particularidades advindas do desenvolvimento dessa relação em ambos os autores”.

3.4.4 – Reflexões e análises sobre ideologia no discurso midiático

A relação entre mídia e ideologia tem suscitado diversas reflexões entre os estudiosos da comunicação e da linguagem. A comunicação por si só é uma área que suscita olhares, interesses, estudos e polêmicas das mais diferentes e diversas formas. A comunicação e, conseqüentemente, os meios de comunicação têm despertado a atenção de diferentes áreas do conhecimento humano como a sociologia, a antropologia, a linguística, a filosofia, dentre outras. Sendo a comunicação um campo interdisciplinar, mídia e jornalismo de um lado e discurso e linguagem de outro, pensando em uma relação de atravessamentos, onde os lados se tocam, seja de forma contraditória ou amistosa, entendemos que a relação discurso e mídia é capaz de suscitar reflexões e análises sobre o discurso midiático.

Quando pensamos na mídia, nos inúmeros meios de comunicação espalhados Brasil afora, percebemos que cada veículo possui o que chamamos de linha editorial, se identificando com determinado segmento da sociedade, com determinado discurso ou ainda com determinada ideologia, isso a partir de um contexto social e histórico de produção da notícia e da própria atividade jornalística. Em uma primeira reflexão e chamando a contribuição da ideologia para se pensar discursos e sujeitos, as mídias são, tanto influenciadas, quanto influenciam, quando falamos de ideologia. Concebendo a ideologia enquanto prática que pode ser acessada pelo discurso e a mídia enquanto local de materialidade discursiva, temos um vasto campo de estudo, onde talvez, tenhamos mais

perguntas do que respostas, dada a própria complexidade e heterogeneidade da sociedade em si e dos sujeitos e dos discursos.

Ao remontarmos à questão do pensamento ideológico dos sujeitos e discursos no discurso midiático sobre a universidade, lidamos com a instituição mídia externa à UFG e com a instituição mídia dentro da UFG, onde circulam sujeitos e discursos, que se relacionam com outros discursos e sujeitos. Mídia comercial e mídia institucional possuem características e finalidades distintas, no entanto, por si só, são instituições heterogêneas, formadas por diferentes sujeitos e onde circulam diferentes discursos com a construção de sentidos variados. São, portanto, afetadas por aquilo que lhes é interior, que concerne a suas peculiaridades, mas são sem dúvida e, sobretudo, atravessadas, afetadas, confrontadas, constituídas, dos elementos que lhes são externos, do contexto histórico, político, social e ideológico. Especificamente, na mídia institucional, ao tempo em que temos as demandas de apelo mais interno, como questões ligadas ao ambiente acadêmico e administrativo da universidade, temos também demandas que a própria sociedade ou que a observação da universidade e da mídia sobre a sociedade repercutem no jornal. Um exemplo seria as manifestações estudantis de 2013, um movimento que até tem sua vinculação com a universidade, mas, ao repercutir na sociedade, acaba repercutindo no jornal institucional.

Chauí (2001), em *Escritos sobre a universidade*, aponta que a universidade possui duas vocações essenciais: política e científica. Essas duas vocações se compatibilizam e se afluam na prestação de serviço, chamada extensão, mas também se descompatibilizam quanto ao tempo da docência e pesquisa e da política, sendo que a primeira é um trabalho lento, de amadurecimento, enquanto a segunda, se caracteriza pelas decisões, pelo imediatismo. A universidade tem sido campo privilegiado de práticas e circulação de discursos ideológicos, seja por meio do movimento estudantil ou sindical, ou ainda pela inserção de segmentos que não possuem vínculo direto com a universidade, a exemplo de movimentos sociais, mas, ainda sim, entendemos que de alguma forma a universidade precisa ser mais atraente e mais próxima de todos, pois sendo uma instituição, ela tende a refletir e refratar, pensando em Bakhtin/Volochínov (2012) a realidade. Talvez uma das soluções passe exatamente pelo campo da comunicação, da divulgação, a fim de que a universidade se torne mais conhecida e procurada, ocupada em seus espaços e serviços pela sociedade em geral.

Ao refletirmos sobre as manifestações ocorridas em junho de 2013, percebemos nos discursos que circularam em *O Popular* e no *Jornal UFG* a interação entre discursos e a constituição do sujeito ideológico. Tomando a concepção de palavra enquanto signo ideológico por excelência, a relação ideológica entre manifestação e manifestantes, aparece

nos sujeitos, nos discursos e na mídia, sob, pelo menos, duas acepções. Uma que se associa a ideia de protesto e outra que se associa a vandalismo. Tais palavras, não ditas por acaso, mas dentro de um contexto histórico e social, são carregadas de ideologia, e sua apropriação por segmentos da sociedade, pela mídia e pela universidade, se dá de forma diferente, a partir da posição ocupada pelo sujeito e da sua relação com outros discursos. As palavras manifestante e manifestação por si só, já evocam uma forte carga ideológica. Podemos pensar na palavra em conexão com aspectos históricos advindos de épocas de repressão ou mobilização, a exemplo do movimento Diretas Já e do Fora Collor, mas ainda, podemos pensar nestas palavras em um outro aspecto, aquele que poderá falar do comodismo do brasileiro, que não se manifesta, não se mobiliza de forma atuante e organizada, no sentido de manter permanente, enquanto mobilização social e política, a luta por melhores condições de vida.

Na matéria “Estudantes mantém protesto para hoje” (O POPULAR, 20 de junho de 2013d) ⁴¹, o próprio título identifica e posiciona o sujeito. Os estudantes se posicionam a partir do local de usuários do sistema público de transporte de Goiânia, não apenas como estudantes de uma maneira geral, mas como estudantes, em sua maioria, universitários e, no caso da matéria que destacamos, vinculados à Frente de Lutas Goiás. É o que nos mostra a sequencia, “a afirmação é de um estudante que integra a Frente de Lutas Goiás”, ao identificar a fala de um estudante que, segundo o jornal, não pode ter seu nome revelado. Interessante observar que, embora sem ter o nome revelado, o jornal mostra que a fala é, de fato, do estudante, ao delimita-la entre aspas, informando que se trata de algo dito pelo outro. Dentro do universo discursivo e ideológico dos movimentos sociais, o estudante é identificado com um segmento de luta específico, conforme nos diz a sequencia “movimento social que encabeçou as manifestações contra o aumento da tarifa do transporte coletivo na Região Metropolitana de Goiânia”. A identificação dos estudantes, cujas falas se vinculam à Frente de Lutas Goiás, se dá por meio do chamamento que a ideologia faz a estes estudantes, que a partir da FD do movimento estudantil passam a construir seus dizeres que, na realidade, se relacionam a outros discursos. Enquanto estudantes militantes de movimentos sociais, a matéria os identifica e os posiciona enquanto sujeitos que se encontram em uma luta. Na referida matéria a afirmação “É uma vitória nossa. Estamos nos sentindo orgulhosos porque sabemos que o preço da passagem de ônibus não reduziria sem os protestos”, a palavra vitória, empregada logo no início da matéria e atribuída a um estudante, traz em si todo o caráter ideológico de um sujeito que se posiciona a partir de um lugar de luta contra algo que

⁴¹ Matéria disponível no anexo 08.

possa ameaçar sua mobilidade ou a favor de melhorias para o transporte e que ainda, se identifica ideologicamente não apenas com o movimento em si, mas com os que o compõem, ao utilizar o pronome “nossa”. A nosso ver, a palavra vitória indica conquista, que por sua vez indica que para que haja vitória, se faz necessária a luta, a mobilização e a participação.

A discussão se torna mais complexa, quando pensamos que além da FD do movimento estudantil, que determinará o que pode e deve ser dito, a partir de um sujeito ideológico, os dizeres se inserem em um contexto noticioso, na materialidade de um jornal, portanto em uma outra FD, a jornalística, onde estará o sujeito jornalista que, além de suas experiências e ideologias, se caracteriza por técnicas de redação, pela pauta e pela relação entre sujeitos. Esse sujeito jornalista recorre não apenas a técnicas de produção do texto jornalístico, mas acima de tudo, é constituído pela ideologia. Até certo ponto controlado por normas e padrões, ou ainda pelo tempo, por questões profissionais ou até editoriais, o sujeito jornalista é quem irá optar por trazer e como trazer a fala dos entrevistados, dos sujeitos que compõem a matéria. A ideologia do jornalista, das fontes, do próprio veículo de comunicação, se materializa nos dizeres, na escolha das palavras, na composição da matéria, na ausência ou presença de palavras, expressões ou frases, onde se encontra também o inconsciente, com as falhas e lapsos do sujeito. Ressaltamos, ainda, que a esfera jornalística é uma dentre tantas da esfera midiática. Temos o universo do jornalismo, da publicidade e do entretenimento. Em alguns casos, as fronteiras delimitam em um determinado veículo de comunicação tais universos, em alguns momentos, poderão se romper ou mesmo se confundir. Isto nos vale para lembrar que em um jornal, dentro do contexto noticioso, outros contextos próprios do ambiente midiático podem conviver ou não, de forma harmoniosa ou não.

Já a reportagem “Nunca estivemos dormindo” (O POPULAR, 20 de junho de 2013f) ⁴², mostra que a partir da FD estudantil, com todas as suas implicações ideológicas, as motivações são diferentes, o que denota o caráter heterogêneo dos sujeitos e discursos. É interessante perceber na fala da entrevistada que dentro de um mesmo discurso com sua carga ideológica, ocorre o que ela chama de mobilização em prol de melhorias para o transporte, mas, também, ocorre um outro discurso ideológico, que talvez podemos dizer paralelo. É o que pode ser constatado na fala da advogada Michele Coutinho, ao afirmar que “muitas das pautas de reivindicação que foram se juntando aos protestos são legítimas, como o pedido de melhoria na saúde e na educação e o movimento contrário à aprovação da PEC 37, que tira poderes de investigação do Ministério Público”. Já a afirmação da entrevistada na matéria

⁴² Matéria disponível no anexo 10.

“esta história, por exemplo, de Fora Dilma, que tem se disseminado em redes sociais, não tem nada a ver com o verdadeiro propósito do movimento, que é reivindicar melhorias para o transporte” se caracteriza pelo aproveitamento, no sentido de se apropriar do discurso da luta, fazendo dele utilizações diferentes, onde se encontram outros atravessamentos discursivos e ideológicos e que se mostram, conforme as entrevistadas, como um discurso golpista. A entrevistada, a fim de demarcar seu lugar discursivo e ideológico, diz que “está havendo alguma confusão, até mesmo na cobertura da mídia, sobre o motivo dessas manifestações” e “ele [o movimento] é horizontal e apartidário. Não tem dinheiro de sindicato, de entidade”.

Acerca da cobertura da mídia, foi extremamente recorrente em determinado momento e em determinados veículos, sobretudo na chamada grande mídia, uma cobertura que identificava e classificava, separadamente ou não, os chamados manifestantes com suas manifestações pacíficas e os vândalos com seus atos de vandalismo, protagonizados, sobretudo por manifestantes que escondiam seus rostos. Percebemos o caráter extremamente vivo e móvel dos discursos, onde a partir de uma mesma FI, se encontram diferentes FD. Vemos que o discurso da mobilização estudantil, onde estão os sujeitos estudantes em mobilização, suscita o surgimento de um outro discurso, apoiado em outra base ideológica e que se vincula também a questões políticas e históricas, mas que aproveita o contexto sócio-histórico para promover um outro tipo de discurso que, como diz a estudante Michele Coutinho, se nomeia de “Fora Dilma”. Interessante notarmos que o texto fala de manifestações, no plural, ou seja, que dentro da manifestação, diferentes manifestações ocorreram, ou seja, as motivações que levaram aos protestos, ou permaneceram como originalmente, ou ganharam outros contornos, ampliando a pauta de reivindicações ou ainda tiveram início fora das motivações originais, por grupos que não necessariamente se vinculavam àqueles que lutavam pela melhoria do transporte e de outras questões, mas sim que viam no instante histórico uma forma de promover um outro discurso, que não necessariamente reivindicava melhorias, mas, sim, que buscava se “aproveitar” do momento no sentido de atribuir outros sentidos para as manifestações.

No *Jornal UFG*, a cobertura das manifestações se dá a partir de uma concepção própria a um jornal universitário. A proposta das matérias é tomar as manifestações, com seus discursos, ideologias e sujeitos, a partir de uma visão mais reflexiva, abordando não apenas o caráter factual das informações. A matéria “O que ocorreu em junho?” (*JORNAL UFG*, julho de 2013b, p. 6-7)⁴³, apresentada com formato de mesa-redonda, onde diversos sujeitos

⁴³ Matéria disponível no anexo 16.

participam, traz consigo a pergunta e em seguida o debate – característica própria do ambiente universitário, que propõe tentar responder a pergunta⁴⁴. As ruas representam a multiplicidade de vozes, a vida, os conflitos, as ideologias. O jornal visa retratar essa realidade, mas como nos lembra Bakhtin/Volochínov (2012, p. 32), atrelado a critérios de julgamento ideológicos, de um determinado ponto de vista, que no caso, refere-se ao âmbito universitário, acadêmico.

As falas na matéria se constituem pela discussão acadêmica e, desta vez, com olhar reflexivo lançado para as ruas que se dá em uma mesa redonda, em um movimento onde a universidade busca uma compreensão do momento social e histórico vivido. Os sujeitos que falam na mesa redonda são vinculados à universidade enquanto professores ou estudantes e enunciam a partir dessa vinculação, estando, ainda, vinculados a um jornal institucional. Convém destacar que aqui se trata de um momento pós-protestos, onde o norte da questão é buscar reflexões sobre os fatos e seus desdobramentos. Na relação em que os sujeitos se constituem por meio de si e do outro, onde a exterioridade afeta os discursos e onde sujeitos se filiam à uma FI mais próxima aos movimentos sociais, no discurso midiático institucional, os participantes da mesa redonda trarão em suas falas atravessamentos ideológicos e discursivos desta FI.

Ainda na matéria “O que ocorreu nas ruas em junho?” a questão da luta popular é tida como bandeira em prol de mudanças significativas para a sociedade brasileira. Ao lembrar fatos ocorridos durante as manifestações, os estudantes buscam contextualizar o atual com o histórico, se inserem em outras demandas, em contextos políticos e ideológicos que se atualizam no contexto das mobilizações de junho de 2013, quando a estudante Luanda Meirelle afirma que “as manifestações populares no Brasil acontecem há muito tempo, não foi agora que o país acordou.” Já os professores tomam suas falas em tom mais analítico e até mesmo se filiando a determinadas teorias de onde enunciam a partir da posição de professores universitários e trazem para o debate também a relação com o aspecto histórico. Podemos ver tais evidências, por exemplo, na fala do professor João Alberto, que traz para a mesa-redonda considerações históricas, percebidas nas sequências “entre 1978 e 1980 o Brasil presenciou grandes manifestações populares” e “com essas lutas populares a ditadura militar caiu”. A postura mais analítica acerca do contexto pode ser percebida na sequência “estou aqui tentando fazer uma articulação entre as falas, mas vou fazer algumas provocações” e “temos de nos perguntar qual é o papel dessa nova prática da esquerda capitalista”. A filiação

⁴⁴ Não queremos entrar no mérito sociológico das manifestações, até porque isso demandaria grande esforço e tempo para o momento, mas é importante ressaltar no contexto em que aconteceram, as ruas, representaram, ou melhor, delas se fez ecoar uma pluralidade de vozes em torno, quase sempre, de um projeto comum.

ideológica presente no discurso do professor é percebida, por exemplo, na sequência “os transportes são um serviço fundamental para o capital”, de onde o docente se posiciona, constrói discursos e sentidos, a partir de sua interpelação ideológica que o constitui como sujeito do discurso que se vincula ao discurso de esquerda. Convém destacar, ainda, que João Alberto enuncia da posição de professor, portanto, sua fala é revestida da autoridade que este lugar lhe confere. Verificamos dessa forma que os indivíduos se tornam sujeitos a partir de sua identificação ideológica onde a palavra, signo ideológico, estará sempre impregnada de ideologia. De um modo geral, nos dizeres dos estudantes a postura é mais de relatar experiências sobre a participação dos mesmos nas manifestações, havendo espaço também, para a reflexão acerca dessa participação e seus desdobramentos. Já no caso dos professores, os dizeres, conforme os exemplos acima, se encontram dentro de uma concepção nem tanto de relato de experiência, mas de reflexão, análise da experiência, com base também em experiências anteriores.

Importante ressaltar que em muitos trechos das falas de alguns entrevistados, percebem-se reflexões acerca da mídia, que, provavelmente não estariam estampadas em jornais, televisões ou rádios eminentemente comerciais. A mídia é vista como vilã, como instituição que em um primeiro momento criminalizava o movimento e que a seguir, acabou se tornando não necessariamente uma aliada, mas uma instituição que por noticiar os fatos, acabava incentivando a participação popular. As sequências “a mídia levou as pessoas para as ruas depois de crucificar participantes que iniciaram os movimentos” e “foi muito interessante viver essas experiências e ver como as manifestações se ampliaram por todo o Brasil, além das claras diferenças entre as narrações da mídia”, ditas pela aluna Luanda Meirelle e pelo professor Adriano Correa, respectivamente, trazem uma percepção do comportamento da mídia na cobertura das manifestações de junho de 2013. Os sujeitos discursivos Luanda e Adriano, ao refletir nas sequências mencionadas sobre as manifestações, trazem para a mesa reflexões acerca da postura da mídia e se posicionam ideologicamente, refletindo e questionando a atuação dos veículos de comunicação. São sequências ditas a partir de um espaço acadêmico, em um jornal universitário e ainda mais, são enunciados produzidos por sujeitos que se vinculam à universidade. Por ser uma mídia institucional universitária e por trazer em si o discurso jornalístico aliado ao acadêmico, o *Jornal UFG* se situa nesta confluência ideológica da academia que reflete sobre a sociedade, onde o papel da universidade no contexto de mobilizações é enfatizado ao se discutir a importância do movimento estudantil enquanto espaço de luta e diálogo.

Com relação às matérias que tem como tema as obras da UFG, observamos pontos de distanciamento e posicionamentos que se manifestam nos sujeitos e discursos presentes nas matérias e na própria forma de abordar o assunto pelos dois jornais que analisamos. O que se pretende ressaltar na matéria “Obras provocam transtornos” (O POPULAR, 21 de maio de 2012) é a questão do crescimento da universidade e seus efeitos, que serão em certos pontos, conflitantes para cada um dos sujeitos. O jornalista, a partir do próprio título e do primeiro parágrafo da reportagem, se posiciona como sujeito que não nega o vertiginoso crescimento da instituição universitária, entretanto, acaba por privilegiar os efeitos negativos desse crescimento. Isto pode ser atestado na sequência “como efeito colateral do crescimento, estudantes e funcionários reclamam da bagunça pelas obras em andamento”, que acaba enxergando o crescimento de uma forma mais acentuada em proximidade à ideia de desordem e falta de organização e planejamento.

Para outros sujeitos, no caso, os usuários ou frequentadores da UFG, o crescimento está também associado aos aspectos de transtorno e desorganização. A estudante Isabela Borba Rezende afirma e pergunta que “os estacionamentos estão tomados de material de construção. Por que não fazer por etapas, abrir um e fechar outro?”. A mestrandia Mariana de Paiva Araújo diz que “não planejaram estacionamentos”. A empresária Márcia Costa afirma “tenho levado mais tempo para encontrar vagas nessa região”. Em outro posicionamento, os sujeitos administrativos, ligados à gestão da universidade enxergam o crescimento e as obras como algo que até produz transtornos, mas que, muito mais do que um desconforto passageiro, traz benefícios futuros e duradouros. O arquiteto Marco Antônio de Oliveira diz que “hoje está tumultuado porque os estacionamentos não estão prontos.” É bem verdade que os entrevistados produziram outros dizeres que por questões técnicas e ideológicas não se fizeram presentes na reportagem. Essa falta e valoração de um determinado sentido para as obras e crescimento da UFG que se alinham mais a ideia de transtorno, se dá pelo fato de *O Popular* não ser um veículo de comunicação vinculado à UFG e também pelos aspectos ideológicos que constituem o sujeito jornalista e os demais sujeitos entrevistados. As obras na UFG estão assim discursivamente e ideologicamente atravessadas por diferentes FD. O aspecto de que as obras na UFG provocam transtornos, na vinculação institucional administrativa nos lembra de que os transtornos são passageiros, frutos do crescimento e que é preciso colaboração e compreensão por parte dos frequentadores do campus, conforme atesta a sequência dita pelo arquiteto que “a comunidade precisa se conscientizar e colaborar. Estamos vivenciando uma mudança nunca vista na UFG”. Já para os estudantes e frequentadores, que se situam e são interpelados por outra FI, ou seja, não administrativa, o

lugar ideológico demarcado é de transtorno, desordem e desconforto, que traz consigo atravessamentos, mesmo que inconscientes de que em se tratando de órgãos públicos e ainda mais de obras públicas, sempre haverá demora, transtorno e falta de planejamento. “Estamos vivenciando uma mudança nunca vista na UFG” dito pelo arquiteto Marco Antônio e “por que não fazer por etapas, abrir um e fechar outro?” dito pela estudante de arquitetura Isabela, atestam tais questões. Percebe-se o caráter extremamente multifacetado, dialógico e heterogêneo dos discursos, do signo sempre vivo, dinâmico, em movimento, produzindo diferentes significados a partir de sua interação social, o que se percebe na fala da entrevistada Gabriela Fogaça, estudante de química que, frente ao discurso e à ideologia institucional e estudantil dominante, se situa em um local que nos parece nem de concordância com um, nem com outro, mas num lugar diferente, no qual o jornal inclusive diz que neste aspecto ela “foge a regra”.

Já para o *Jornal UFG*, as obras são vistas enquanto avanços, enquanto construções que denotam crescimento, investimento e progresso. As obras, neste sentido, estão atreladas à missão institucional de promover o ensino, pesquisa e extensão e tem relação direta com o crescimento da UFG. A proposta da matéria “Novos prédios para os câmpus da UFG” (*JORNAL UFG*, novembro/dezembro de 2012, p. 6)⁴⁵ que verificamos, estaria muito mais para uma prestação de contas do que para um confronto ideológico propriamente dito a partir de aspectos positivos e negativos das obras. A reportagem também trata de crescimento e obras que estão sendo erguidas em diversos pontos da universidade, no entanto, os sujeitos ressaltam os contornos positivos dessa expansão. O mesmo Marco Antônio de Oliveira que na reportagem de *O Popular* buscava contrapor os argumentos apresentados pelos demais sujeitos, não necessita no *Jornal UFG* realizar tal feito. Neste sentido, a tentativa do sujeito e do próprio jornal se alinha no sentido de promover uma divulgação institucional, algo que diga para a comunidade universitária e para a sociedade em geral sobre o que está e o que será feito com o dinheiro público. Uma forma de prestação de contas que também é atravessada pelo discurso publicitário e que visa promover a universidade, até mesmo em resposta ao que foi escrito no jornal *O Popular*, é o que podemos ver nos dizeres “para o primeiro semestre do ano que vem, já temos previsão de inaugurar mais do que isso” e “logo depois que todos os prédios forem inaugurados, faremos uma sistematização mais rigorosa do trânsito, com marcações das faixas e sinalização em geral”, atribuídas ao arquiteto Marco Antônio. Aqui existe um posicionamento dos sujeitos e discursos a partir da visão gestora. Isto se deve

⁴⁵ Matéria disponível no anexo 14.

justamente ao fato da inserção do jornalista em um periódico universitário ou comercial, que modifica as CP e os sentidos. O arquiteto Marco Antônio, diretor do órgão fiscalizador de obras na UFG apresenta, presta contas, tem maior espaço e é orientado quase que unicamente para o fim de informar sobre o crescimento em seu aspecto positivo, de investimento ao passo em que em *O Popular* o que ele enuncia surge em resposta a outro tipo de demanda, em um contexto também de obras e novos prédios, no entanto, perpassado por ideologias e discursos distintos. Assim como as manifestações dificilmente seriam abordados em um tom reflexivo e analítico pelo *O Popular*, da mesma forma, dificilmente as obras e construções da UFG, assumiriam o caráter primordialmente de transtorno para o *Jornal UFG*. O fato é que, nessa reflexão, entendemos o que Bakhtin/Volochínov (2012) fala sobre o ponto de vista específico, sobre a questão do signo refletir e refratar a realidade, onde esse movimento, dependerá de sujeitos e discursos em interação e do que lhe é exterior e da ideologia.

3.5 – Jornal: o verbo-visual

3.5.1 – Considerações sobre imagem e jornalismo

Não temos com este tópico o propósito de trabalhar toda a questão que envolve os estudos sobre a Teoria da Imagem. Temos aqui a pretensão de trazer algumas reflexões pontuais e que estão relacionadas diretamente à imagem e sua importância e relação com o texto para o fazer jornalístico e ainda para a reflexão sobre esse fazer. Optamos por pensar texto e imagem, ou seja, a verbo-visualidade a partir das reflexões do Círculo de Bakhtin em sua dimensão dialógica e tendo em vista a imagem que o sujeito faz de si mesmo e do outro. Imagem e texto informam e produzem sentidos e por isso, nesta seção, nossa proposta é pensar discursivamente a relação entre verbo visualidade nas matérias jornalísticas referentes à UFG.

A imagem no jornalismo, seja no impresso ou na internet, pensada enquanto técnica e teoria é repassada em boa parte dos currículos das universidades brasileiras sobre o nome de fotojornalismo. Em outras mídias, ou seja, não apenas no jornal, a imagem também é imprescindível, como no caso da televisão, onde existe o repórter cinematográfico, que é o profissional responsável por registrar as imagens. O fato é que esse profissional que atua diretamente com a imagem, pela lente de sua câmera, lança seu olhar sobre o acontecimento e busca apreendê-lo em seu momento de existência factual. Não apenas como forma de trazer o factual, a imagem pode vir também associada no jornalismo à memória, enquanto ativadora de uma memória discursiva, quando imagens de outros discursos são acionadas, seja pela

própria representação de uma foto histórica ou mesmo pela representação da atualidade, mas que carrega consigo situações inscritas na história e memória, que se relacionam a discursos anteriores, sendo assim uma representação social e histórica de um dado assunto, que é retomado no sentido de permitir novas significações.

Ainda, a imagem no jornalismo pode estar associada a infográficos e ilustrações que facilitam ou chamam a atenção do leitor a detalhes que muitas vezes seriam enfadonhos ou que perderiam seu caráter pedagógico e ilustrativo, caso sejam escritos no corpo da matéria. A produção do texto jornalístico obedece a regras e estruturas de produção, com a utilização de algumas estruturas notadamente conhecidas no ambiente jornalístico. Uma dessas estruturas é o *lead*, que corresponde ao primeiro parágrafo da matéria e que não necessariamente será um resumo, mas uma introdução capaz de chamar a atenção e convidar o leitor a prosseguir com a leitura. A redação jornalística utiliza quase sempre verbos em tempo presente e que indiquem ação. Nos títulos verifica-se a ausência de artigos no início dos títulos. A fotografia, por sua vez, na questão da relação entre foto e legenda, em alguns aspectos poderá assumir um caráter até mesmo redundante e, em outros, poderá ser um precioso instrumento capaz de esclarecer o que a fotografia representa. A imagem no jornalismo, além de seu caráter informativo, assume ainda um valor estético e técnico baseado em critérios de diagramação, de disposição de textos e imagens, que confirmam leveza, atratividade e harmonia ao periódico.

Ao situarmos a questão da história do fotojornalismo, Lage (2002, p. 25-26) destaca que a utilização da fotografia no jornalismo impresso teve seu princípio modesto em que a proposta era tentar combater o caráter enfadonho das páginas de jornais, carregadas de textos e informações, que davam a impressão de que ao passo em que se dizia muito, se dizia nada, tamanha era a quantidade de textos e informações. A fotografia ainda dispunha de um papel secundário em comparação ao texto e, muitas vezes, os laboratórios fotográficos das empresas de comunicação, nada mais eram do que banheiros adaptados. Lage (2002) acrescenta que o fato da fotografia estar atrelada inicialmente à imprensa sensacionalista, aliada a critérios conservadores da época, também representaram obstáculos à utilização da fotografia no jornal impresso. Atualmente, o fotojornalismo é uma atividade que envolve conhecimentos múltiplos, desde a noção de enquadramento e profundidade, ao manuseio das modernas máquinas fotográficas digitais e dos programas de edição de imagens a questões eminentemente jornalísticas, que conferem à fotografia o caráter informativo, já que diferente de outros tipos de fotografias, a foto materializada no meio jornalístico, nas páginas de um jornal impresso ou eletrônico, tem sua função primordialmente informativa.

Podemos compreender a imagem no jornalismo enquanto relato visual do acontecimento, no entanto, em um jornal, imagem e texto não podem ser pensados de forma desconectada. Compreendemos nesta abordagem, tanto texto quanto imagem, em sua dimensão discursiva, ou seja, dotados de sentidos, em sua dimensão histórica e social, produzidos por sujeitos e em relação com o exterior. A imagem nos jornais tem ocupado, ao longo dos últimos anos, relativa importância, seja no campo jornalístico, com fotografias e gráficos ou ainda na questão comercial, por meio da publicidade e propaganda, sendo tais características verificadas tanto na versão impressa quanto eletrônica dos jornais. A proposta da foto jornalística pode ser entendida como uma maneira de situar o leitor em meio a uma matéria, entretanto, não utilizando apenas o texto, mas a imagem, no sentido de despertar a atenção, de produzir o efeito de credibilidade e ainda de proporcionar uma visão sobre o que está sendo relatado.

Ao informar, por exemplo, sobre a presença de estudantes que visitam uma universidade, além do texto escrito por um jornalista, povoado de inúmeras vozes de entrevistados, o registro da imagem dos jovens atentos, o semblante, o que a universidade mostra, é capaz de mobilizar no leitor uma compreensão que vai além do que aquela mobilizada apenas com o texto da matéria. Em uma cultura fortemente marcada pelo visual, os jornais, a partir de seu posicionamento editorial, irão explorar o texto e a imagem em uma dimensão que poderá ir desde a informação pública ao sensacionalismo que, inclusive, poderá aflorar discussões éticas sobre o fazer jornalístico.

Na relação entre o texto e a fotografia, obviamente são percebidas algumas diferenças, no entanto, em nossa compreensão ambos são entendidos enquanto lugares de materialização dos discursos produzidos por sujeitos em dado momento histórico e social, dotados de sentidos e tendo a ideologia enquanto constituinte de todo o processo discursivo. Nos jornais, teremos sempre a marca da multimodalidade e dificilmente a imagem será uma estrutura isolada, havendo sempre uma relação entre imagem e legenda, não necessariamente onde uma irá completar a outra, não sendo simples tradução do texto para a imagem ou vice-versa. As dimensões verbal e visual guardam entre si distinções, e expomos apenas algumas com o propósito de trazer maior clareza para a questão do texto e da imagem no jornalismo, mas, como ressaltamos, entendemos que verbal e visual não podem ser analisados de forma desarticulada. Na imagem jornalística, temos as cores, os enquadramentos, a profundidade de campo, o direcionamento prévio dado pela pauta jornalística, a disposição da imagem na matéria e uma série de abordagens que representam não apenas fatores técnicos, mas, também, que demonstram a existência de sujeitos, discursos, ideologias, enfim. No texto

jornalístico, além de técnicas, articulam-se diferentes sujeitos, discursos, posicionamentos, ideologias, enfim. Ambos, verbal e visual, se associam com a finalidade primeira de informar, mas como tratamos de um trabalho em AD, entendemos que não se trata de mero efeito de transmissão da mensagem por um emissor e conseqüente codificação por um receptor, mas sim, de um processo de construção, de efeito de sentidos entre interlocutores. Sousa (2002, p. 9) nos ajuda a reforçar a importância de se pensar as dimensões verbal e visual de forma articulada ao afirmar que

Para informar, o fotojornalismo recorre à conciliação de **fotografias e textos**. Quando se fala de fotojornalismo não se fala exclusivamente de fotografia. A fotografia é ontogenicamente incapaz de oferecer determinadas informações, daí que tenha de ser complementada com textos que orientem a construção de sentido para a mensagem. [...] Os fotojornalistas trabalham com base numa linguagem de instantes, numa **linguagem do instante**, procurando condensar num ou em vários instantes, “congelados” nas imagens fotográficas, toda a essência de um acontecimento e o seu significado. Portanto, o foto-repórter tem de discernir a ocasião em que os elementos representativos que observa adquirem um posicionamento tal que permitirão ao observador atribuir claramente à mensagem fotográfica o sentido desejado pelo fotojornalista (grifos do autor).

Percebe-se uma orientação em que o fotojornalista seja capaz de atribuir noções técnicas e teóricas a sua atividade, no sentido de informar e, também, fazer com que aquilo que é capturado pelo olhar humano e pela máquina e que posteriormente estará estampado na página de um jornal, seja na versão impressa ou virtual, represente um determinado momento, onde há uma intenção de representar esse momento, baseado no propósito de fazer com que seja atribuído o sentido desejado pelo fotojornalista. Para tal fim, o fotojornalista concilia ou busca conciliar texto e imagem, mas, bem sabemos, que pela própria natureza extremamente heterogênea dos discursos e dos sujeitos, não necessariamente os sentidos poderão ser únicos, controlados, previsíveis, mas, ao contrário, serão múltiplos e poderão ser construídos a partir não apenas do contexto imediato, da circunstância em si, mas também da relação com outros discursos, outras imagens constituídas na e pela história e ideologia. Da mesma forma em que o texto no jornalismo não representa o real, mas sim, uma construção do real, a imagem no jornalismo também não representa o real e a interpretação da imagem dependerá do ponto de vista daquele que produz e daquele que interpreta.

O fotojornalista, portanto, cria uma representação do instante, do acontecimento registrado pela imagem e com esse movimento, parte da representação do acontecimento, no sentido de tentar reconstruir o acontecido dando a ele aspecto de informação verbal e visual. Assim como o texto, a foto no jornalismo se presta à utilização ideológica e talvez, justamente

pelo fato da imagem ser considerada até certo ponto uma “verdade inquestionável”, ou seja, capaz de trazer em si a verossimilhança que, muitas vezes, o texto não consegue, sua pretensa credibilidade e neutralidade é fortemente explorada pelos jornais, com propósitos que extrapolam o ato de informar e se inserem dentro de um contexto ideológico, no sentido até mesmo de construir, desconstruir, promover ou derrubar determinada situação ou sujeito.

3.5.2 – Discurso e verbo-visual

Os trabalhos sobre o verbo-visual na perspectiva da comunicação e do jornalismo são estudados, sobretudo, pela Semiótica. No campo da AD, estudos sobre o verbo-visual ainda são recentes e se encontram em construção. Pelo próprio caráter interdisciplinar da AD, reflexões têm sido realizadas no sentido de se buscar e mobilizar diferentes campos do conhecimento e a partir daí promover articulações que tentam dar conta da questão do verbo-visual em AD. Neste sentido, encontramos diálogos entre as teorias do Discurso e da Semiologia, que buscam compreender as discursividades contemporâneas em sua natureza multimodal e que recorrem a tentativas de aproximações, por exemplo, entre Pêcheux (2012) e Barthes (1977, 1990), a partir da AD-3, quando a proposta de Pêcheux (2012) se volta para os mais diferentes tipos de discursos, produzidos pelos mais diferentes sujeitos.

Consideramos válidos tais estudos, entretanto, não entramos, ao menos nesse momento, no campo da Semiologia e assim, nossa intenção, é tentar trabalhar a questão da verbo-visualidade a partir do trabalho do Círculo de Bakhtin. Para isso mobilizamos a noção trabalhada por Bakhtin, que se refere a imagem que o sujeito faz de si e do outro, e que podemos utilizar para pensar a questão do verbo-visual para o jornalismo impresso e eletrônico. Temos, portanto, a multimodalidade e discursos articulados por diferentes e diversos sujeitos. Aquilo que é estampado nas páginas dos jornais tem como pretensão informar, mas a informação é produzida tendo em vista o sujeito que fotografa e que se insere em um contexto social, histórico, ideológico e discursivo, capaz de se reconhecer por meio de si e do outro. O que é produzido tem foco prioritário, ou pelo menos aparentemente prioritário, voltado para o outro, para o interlocutor, que em nosso caso, por se tratar de uma instância não presente fisicamente no momento da interlocução, a presença pode ser atestada enquanto interlocutor imaginário, já que podemos pensar tanto no interlocutor real ou imaginário. Nas próprias considerações do Círculo de Bakhtin, todo discurso é produzido para alguém e em resposta a algo, que a primeira vista poderá ser a simples informação no caso do jornal, mas que, a partir da percepção da condição dialógica de sujeitos e discursos e da própria noção de signo enquanto território ideológico se perceberá que não se trata apenas de

mera prestação de um serviço, no caso a informação, mas sim, da produção de sentidos a partir do verbo-visual.

As imagens, sobretudo a fotografia, exercem grande influência não apenas na questão estética do jornal, como também na composição da matéria que se integra ao texto, em uma relação onde o verbo-visual se articula de diferentes formas em cada situação, em cada matéria, promovendo a possibilidade de encontro e interação, a partir do verbo-visual, da alteridade, do sujeito que se encontra consigo e com outro a partir de uma relação dialógica, que é a base do pensamento bakhtiniano. Da relação entre verbo-visual, a partir do pensamento dialógico do Círculo de Bakhtin, Brait (2013, p. 62) dirá que

Enquanto conjunto e sob a perspectiva dialógica, o enunciado/texto verbo-visual caracteriza-se como dimensão enunciativo-discursiva reveladora de autoria (individual ou coletiva), de diferentes tipos de interlocuções, de discursos, evidenciando relações mais ou menos tensas, entretidas pelo face a face promovido entre verbal e visual, os quais se apresentam como alteridades que, ao se defrontarem, convocam memórias de sujeitos e de objetos, promovendo novas identidades.

No caso do jornalismo em sua versão impressa ou virtual, a articulação do verbo-visual ocorre entre texto e foto e entre a foto e a legenda, em uma relação indissociável. A legenda na foto, do ponto de vista técnico, de acordo com o *Manual de Redação e Estilo do Estado de São Paulo* (2013, p. 78) “deve ser atraente e conquistar a atenção [...]. Não deve simplesmente descrever aquilo que qualquer leitor pode ver por si só”. Portanto, a legenda é participante ativa da compreensão e da construção de sentidos. Pela própria disposição em termos de diagramação, com relação à foto e a legenda, onde a legenda, em geral aparece logo abaixo da foto, nos limites ocupados pelo próprio espaço da foto, o que se pretende construir é justamente a noção de que foto e legenda encontram-se amplamente relacionadas entre si.

Para Bakhtin/Volochínov (2012, p. 38) “todas as manifestações da criação ideológica – todos os signos não-verbais – banham-se no discurso e não podem ser nem totalmente isoladas nem totalmente separadas dele”, o que significa que os signos não se encontram em uma situação de neutralidade. Em nosso caso significa dizer que o conteúdo verbal e não verbal dos jornais não são neutros, mas revelam valores de um dado veículo, de uma sociedade, de um jornalista, de uma fonte, enfim. Isto quer dizer que nada parte do aleatório ou da simples necessidade de informação e da prestação de um serviço de informação por parte dos veículos de comunicação.

Algo que nos chama a atenção no que se refere ao verbo-visual é o fato de que, quase sempre, texto ou legenda e foto possuem autores diferentes, ou seja, são sujeitos distintos, que

embora discorram e construam sentidos sobre um mesmo tema, atribuem ao conteúdo verbal ou não verbal valores diferentes. São construções de sentidos a partir de um mesmo assunto e que poderão estar integralmente ou parcialmente em situação de aliança ou conflito. Temos um produto final construído a muitas mãos, em um processo realizado por diferentes sujeitos e em etapas distintas, onde temos, quase sempre, um sujeito que capta imagens, outro que redige os textos e outro que edita imagem e texto. Os diferentes sujeitos responsáveis pela construção da informação jornalística em sua dimensão verbo-visual, por exemplo, podem construir sentidos que não necessariamente sejam idênticos ou semelhantes. Se para o fotógrafo a intenção é retratar um local em específico na tentativa de representar parte de um todo, o texto poderá caminhar para uma construção do geral com vistas a tratar de algo específico. A reportagem “Obras provocam transtornos” (O POPULAR, 21 de maio de 2012)⁴⁶, que veremos mais adiante no tópico referente às análises, é um exemplo onde a imagem captada está focada em um ponto específico, bastante pontual, mas que tenta trazer uma dimensão do todo ao passo em que o texto trata das obras de uma forma mais ampliada até chegar ao ponto específico e reclamado por boa parte das fontes entrevistadas, que é a falta de estacionamento.

Entendemos que a fotografia, embora represente o “instante” do acontecimento, uma imagem capturada, que representa determinado assunto, congelada e materializada pelo jornal impresso ou eletrônico, assim como o texto que compõe a matéria, a imagem representa uma construção da realidade. Em todos os casos há um processo de intervenção e construção que é realizado pelo jornalista e fotógrafo, que lançam sua compreensão, seus valores, suas ideologias e que se relacionam a outros sujeitos e discursos, para a produção do material verbo-visual. O discurso produzido pelo jornalista que se materializa e sofre a influência do veículo de comunicação, da sociedade, da história, do cultural e do ideológico, não é necessariamente um texto escrito por alguém que tão somente assina o produto jornalístico, mas que, na verdade, participa, vivencia, se omite, se mostra, seja por meio de seu texto, pela seleção das fontes e mesmo pela fala dos entrevistados, o autor jornalista está e se faz presente.

Podemos refletir que a ação de captar a imagem realizada pelo repórter fotográfico, ou seja, o ato desencadeado pelo profissional de capturar o instante desejado deverá transmitir uma determinada informação sobre determinado fato a partir da imagem que se tem do evento, mas também, tendo como parâmetro o fato de se tratar uma imagem que será vista e

⁴⁶ Matéria disponível no anexo 04.

significada pelo público. Bakhtin (1997) nos ajuda a refletir sobre o discurso midiático e temos, neste sentido de que não se trata de mera transmissão de valores, por meio de um suporte verbal e visual, mas sim da construção de uma relação com outro. “Não se trata de transferir para o outro a relação axiológica mantida consigo mesmo, trata-se de elaborar uma relação emotivo-volitiva absolutamente nova com o outro como tal” (BAKHTIN, 1997, p. 65). A cada matéria redigida, a cada imagem capturada, se estabelece uma relação entre jornalista e público de forma dinâmica. Como dissemos, não temos a pretensão de estabelecer uma teorização da imagem, mas acreditamos que as noções advindas do Círculo de Bakhtin nos ajudam a pensar na questão da imagem e que podemos aplicar ao jornalismo e ao discurso da mídia sobre a UFG.

A fotografia em jornalismo e sua utilização enquanto recurso informativo e que para nós é entendida não apenas no âmbito informacional ou enquanto técnica, mas, também, e, sobretudo, enquanto discurso, será significada, apreendida, compreendida pelo outro. “É a partir do outro que, mais uma vez, tentamos dar-nos vida e forma” (BAKHTIN, 1997, p. 31). Percebemos que a imagem que o repórter tem de si ou que imprime à fotografia, quando vista tão somente pelo repórter, possui apenas validação interna e por isso necessita ser validada pelo outro a fim de que a imagem possa gerar discursos. Saindo do âmbito digamos mais interno, é necessário ganhar exterioridade, circular, sendo capaz de produzir reações, significações e impressões no sujeito leitor/internauta. O jornalista ou repórter fotográfico é alguém que esteve presente em determinado acontecimento, em determinado fato, onde não era possível a presença do leitor e que indo até o local, foi capaz de apreender os fatos ocorridos por meio de entrevistas, fotografias, textos, enfim, tudo aquilo que ao final compõe a matéria jornalística. Entretanto, esse estar presente no acontecimento, tem sua razão de ser em jornalismo, no discurso da mídia, quando se relaciona diretamente ao outro, ao leitor, que não estando presente no momento, poderá a partir do verbal e visual, construir sentidos sobre o acontecimento.

O acontecimento em Bakhtin (1997, p. 61) possui enquanto componente fundamental, a relação do um com outro, a alteridade. Quando se redige uma matéria, quando se fotografa um acontecimento e até mesmo quando se edita uma matéria ou se estabelece a disposição das páginas, textos e imagens e quando se efetua o planejamento gráfico editorial de um jornal, enfim, em todas as etapas do processo de produção de dizeres, o que se tem em mente, o que se tem no horizonte, ainda que não presente fisicamente no momento da instância de troca, é o leitor que será atraído ou não pela matéria, pelo título, pelas fotos, pela disposição da matéria e que a partir da leitura, da compreensão que tem sobre o que é dito, será capaz de, com base

no que é exposto, atribuir sentido, construir discursos, operar relações com sujeitos e discursos.

É importante ressaltarmos que assim como temos a imagem propriamente dita, a palavra gera uma imagem visual. Obviamente que, por exemplo, se tenho imagens de uma manifestação de estudantes no câmpus da UFG ou de obras em andamento, as imagens são capazes de transmitir certo grau de informação que somente o texto talvez não conseguiria. Quando os entrevistados utilizam determinada palavra, a exemplo da palavra “transtornos” para o caso de obras públicas, as palavras, os entrevistados, são capazes de gerar uma imagem visual de construções, dificuldades ou mesmo avanços e ainda o que é dito, se articula, é atravessado, dialoga com outros discursos, sujeitos, onde é possível ter na mente, por exemplo, a ideia muito comum e presente sobretudo nos dizeres de prefeituras e governos de que “os transtornos passam, mas os benefícios ficam”. Para Bakhtin (1997, p. 64) não se trata de vincular o caráter emotivo-volitivo à palavra pronunciada ou em nosso caso lida, mas implica em dizer que esse caráter é expresso no objeto atribuído à palavra, ainda que não forme uma imagem mental, a que a palavra se refere.

É importante destacar que em Bakhtin (1997, p. 179)

O locutor não é um Adão, e por isso o objeto de seu discurso se torna, inevitavelmente, o ponto onde se encontram as opiniões de interlocutores imediatos (numa conversa ou numa discussão acerca de qualquer acontecimento da vida cotidiana) ou então as visões do mundo, as tendências, as teorias, etc. (na esfera da comunicação cultural). A visão do mundo, a tendência, o ponto de vista, a opinião têm sempre sua expressão verbal. E isso que constitui o discurso do outro (de uma forma pessoal ou impessoal), e esse discurso não pode deixar de repercutir no enunciado. O enunciado está voltado não só para o seu objeto, mas também para o discurso do outro acerca desse objeto.

O caráter dialógico do pensamento bakhtiniano põe em relação emissor e receptor, pela interação entre sujeitos e discursos, sendo o enunciado compreendido como resposta a algo. O enunciado em sua dimensão verbo-visual está vinculado ao factual, o contexto presente da informação, mas também, se vincula ao enunciado anterior, onde em Bakhtin (1997, p. 180)

O enunciado está ligado não só aos elos que o precedem mas também aos que lhe sucedem na cadeia da comunicação verbal. No momento em que o enunciado está sendo elaborado, os elos, claro, ainda não existem. Mas o enunciado, desde o início, elabora-se em função da eventual reação-resposta, a qual é o objetivo preciso de sua elaboração. O papel dos *outros*, para os quais o enunciado se elabora, como já vimos, é muito importante. Os outros, para os quais meu pensamento se torna, pela primeira vez, um pensamento real (e, com isso, real para mim), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. Logo de início, o locutor espera deles uma resposta, uma compreensão responsiva ativa. Todo enunciado se elabora como que para ir ao encontro dessa resposta.

Portanto, ao pensarmos na dimensão verbo-visual, a partir de uma perspectiva dialógica, do sujeito consigo e com o outro, entendemos que no discurso da mídia, no jornal impresso ou eletrônico, textos e imagens participam do discurso e da construção de sentidos para as matérias, tanto do ponto de vista do jornalista, quanto do leitor. Veremos a frente a relação que ocorre entre imagem e legenda e imagem e texto no discurso da mídia sobre a UFG, tendo em vista não apenas a heterogeneidade dos sujeitos e discursos, mas também o enfoque dado a cada periódico, ao aspecto ideológico presente nas matérias.

3.5.3 – Verbo-visual em análise

Pensar as mídias em geral, enquanto local de materialidades discursivas verbo- visuais, é necessário para uma melhor compreensão, reflexão e análise dos discursos vinculados e veiculados pelos meios de comunicação. A junção dos elementos que compõem imagem e texto, a forma como esses elementos estão dispostos na composição do produto jornalístico, enfim, tudo revela não apenas o perfil, o planejamento gráfico editorial do jornal, mas denota uma preocupação em atingir e atrair o leitor/internauta em sua necessidade de informação e ainda veicular determinado discurso, ideologia, valor atribuído ao fato, ao veículo de comunicação, aos sujeitos e aos próprios discursos que circulam e se entrecruzam em uma relação de conflito e aliança.

Tomemos as matérias “Espaço das descobertas” (JORNAL UFG, maio de 2011, p. 4-5)⁴⁷ e “Evento na UFG atrai 25 mil estudantes” (O POPULAR, 28 de abril de 2011)⁴⁸ sobre a realização do Espaço das Profissões. Um assunto desse tipo, que trata da movimentação de alunos, sobretudo de ensino médio dentro do campus da UFG em Goiânia com o propósito de conhecer a instituição e interagir com alunos e servidores na tentativa de explorar as diferentes possibilidades de graduação ofertadas pela universidade, quase que por si só chama a necessidade de imagens, de fotografias que atestem a presença, a curiosidade e a interação dos estudantes que visitam a universidade. Do ponto de vista da especificidade de cada veículo, sabemos que *O Popular* possui caráter comercial e o *Jornal UFG* caráter institucional. Isto, de certa forma, determinará a importância dada às imagens, em especial às fotografias.

Podemos ver distinções no que se refere à forma de abordar determinado assunto sobre a UFG nos dois jornais a partir do espaço, da disposição e da relação entre verbal e visual na

⁴⁷ Matéria disponível no anexo 13.

⁴⁸ Matéria disponível no anexo 03.

página impressa ou eletrônica. Sendo assim, no processo de confecção da informação jornalística, quando se pretende, por exemplo, tratar de um evento que divulga os cursos de graduação da UFG, a seleção, a disposição e a quantidade de imagens, bem como o tamanho e disposição do texto e o enfoque dado ao tema em cada um dos dois jornais será diferente. E quando pensamos além, na perspectiva de que o que é produzido, em seu processo de produção leva em conta a imagem que o sujeito tem de si e do outro, em uma visão bakhtiniana que toma o homem em sua relação com o outro, temos a construção de sentidos pensada em um contexto dialógico, fundada na interação. Assim, o jornal e o jornalista do *Jornal UFG* possui de si a imagem de um sujeito diretamente vinculado à universidade e que produz conteúdo informativo preferencialmente para um público também vinculado ou que possua alguma relação com a instituição universitária. A imagem que podemos ter é de uma interação entre sujeitos que se constituem a partir de uma mesma vinculação institucional. Em *O Popular*, o jornalista e o jornal possuem uma imagem de si mais direcionada à informação que poderá ser pensada enquanto produto posto à venda e assim ocorre uma tentativa do jornal de ter em mente um número maior de segmentos da sociedade, até mesmo para que seja assegurada a sobrevivência econômica do jornal.

Vejamos a partir do que acabamos de relatar, a matéria “Evento da UFG atrai 25 mil estudantes” veiculada em *O Popular*. O periódico, por sua característica comercial, trata de diferentes temas, quase sempre ligados ao cotidiano ou a informações que possuam relevância para um público mais amplo. Por isso mesmo, os espaços são poucos e quase sempre disputados com mensagens publicitárias e outras matérias. A forma como são agrupadas as matérias, por meio de editorias, facilita o trabalho de leitura no impresso ou virtual, entretanto, acaba selecionando as matérias que merecerão maior destaque em detrimento a outras de menor relevância e impacto. O discurso apresentado pelo jornal parte desse local de um jornal comercial, produzido por diferentes e diversos sujeitos, com o propósito de informar acerca do Espaço das Profissões.

Ao tomarmos o primeiro parágrafo da matéria, que conhecemos no meio jornalístico como *lead*, notamos que o texto inicia descrevendo as sensações, quase sempre visuais e auditivas, experimentadas pelos estudantes visitantes. Expressões como “brilho nos olhos”, “ouvidos atentos” e “sorrisos e brincadeiras” logo na primeira linha da matéria são capazes de mobilizar no público a criação de uma imagem mental acerca do nível de participação e interação dos estudantes a partir do texto. Bakhtin/Volochínov (2012, p. 152) afirma que “a transmissão leva em conta uma terceira pessoa – a pessoa a quem estão sendo transmitidas as enunciações citadas”, portanto, a partir do que é expresso pelo sujeito jornalista e ainda pelas

fontes entrevistadas, a construção da matéria jornalística, os dizeres mobilizados, que formam o discurso, tem um fim específico de serem úteis ao leitor/internauta, tendo em vista o contexto que se aplica a todo o processo. Trata-se de um processo vivo e dinâmico, onde a construção da realidade operada pelo processo de produção da matéria jornalística é capaz de ressoar no leitor, fazendo com que esse, a partir do que é dito ou mesmo não dito, possa produzir conclusões, suscitar dúvidas, questionamentos, enfim.

Vejamos a transcrição do *lead* e pensemos um pouco nessa construção da imagem operada pelo verbal.

Jovens curiosos e animados com a escolha da profissão. Brilho nos olhos, ouvidos atentos a cada explicação sobre os cursos de graduação, a rotina universitária e o mercado de trabalho. Entre uma atividade e outra, rodinhas de conversa, sorrisos e brincadeiras. Quem esteve ontem à tarde no Câmpus 2 da Universidade Federal de Goiás (UFG), conferiu de perto essa cena, que deverá se repetir hoje, durante a edição 2011 do Espaço das Profissões, evento promovido pela instituição para aproximar os estudantes da carreira a ser escolhida (O POPULAR, 28 de abril de 2011).

O registro escrito da reação dos jovens durante a visita é capaz de motivar e despertar no leitor/internauta a construção de imagens sobre o evento, a partir do elemento verbal. Ao leitor/internauta é dada a possibilidade de imaginar a interação dos estudantes entre si, com o evento e com a universidade. É possível a construção de uma imagem que possa dar conta do aspecto da motivação e participação dos jovens, sem que, necessariamente se tenha ido ao Espaço das Profissões. Nessa construção de imagens ocorre a valorização da utilização dos sentidos da visão e audição por parte dos estudantes. O investimento no aspecto visual atestado por “brilho nos olhos” fala de uma reação de satisfação, de algo que ao ser visto é agradável, interessante e empolgante. Já no aspecto auditivo, “os ouvidos atentos” demonstram também o interesse dos estudantes, entretanto, o fato de estarem atentos traz também uma imagem de respeito e educação. Note-se que esse brilho no olhar, o estar atento, estão diretamente vinculados à reação dos alunos às explicações sobre cursos, rotina universitária e mercado de trabalho. Fora do ambiente das explicações, a reação dos jovens é mais solta, livre, capaz de mobilizar “sorrisos e brincadeiras”. Temos assim uma relação que pode ser pensada, ao vislumbramos o ambiente estudantil, com aquilo que se espera do momento em sala de aula e do momento de intervalo, ou seja, as reações que se esperam dos alunos em cada um destes distintos momentos. A imagem construída pelo jornal é, portanto, a imagem de um ambiente escolar. Podemos pensar a partir da análise dessa primeira parte que, a construção da imagem na reportagem trabalha com o ambiente escolar, na distinção, na

tensão e nas especificidades dos ambientes salas de aula e pátio. Apenas na segunda parte do *lead* é que vemos que toda essa reação é referente ao evento promovido pela UFG.

Se associarmos as palavras que destacamos presentes no primeiro parágrafo a fotografias, é possível atribuir uma percepção que vai além da palavra e do imaginário formado pelas palavras na mente do leitor. Com a fotografia, é possível trazer para o jornal e para o leitor a dimensão de uma pequena parte, uma pequena porção do local onde ocorre o evento, onde se encontra um pequeno grupo de estudantes, no qual se percebe a forma como se portam na pequena representação de um todo. A imagem abaixo não traz na reportagem nenhum tipo de legenda e procura demonstrar movimento e enfoca o público alvo do evento, complementando a informação do texto de que se trata de jovens que interagem entre si, havendo a evidência da interação também com o espaço do câmpus. A maior abordagem da matéria no aspecto verbal e visual está nas figuras humanas. O texto ressalta as impressões e reações dos jovens e a foto atesta a presença em si dos estudantes no campus. Na foto há referência a um experimento ou demonstração, que não é citada no texto da matéria e nem como legenda da foto, o que mais uma vez confirma a importância maior dada às figuras humanas. A imagem que o jornalista têm de si e do evento se encontra nesse quadro de valorização dos aspectos humanos e não institucionais. A imagem que o jornalista têm de si e do público também se encontra na valorização dos aspectos humanos, sem que se faça menção a questões institucionais da universidade.



Imagem 1 – Fonte: O POPULAR, 28 de abril de 2011.

No aspecto da fotografia, pensando na interação dos estudantes entre si, com a universidade e com o evento, o momento retratado dá conta apenas da interação entre os estudantes. Existe ali o que pode ser uma espécie de demonstração a respeito de determinado

assunto, no entanto, notamos que nenhum dos alunos, a partir do instante registrado, se volta para a demonstração. No aspecto dos ambientes de sala de aula e pátio, a fotografia atesta o momento intervalo, o pátio, se pensarmos no ambiente escolar. A fotografia nos permite pensar ainda nas três categorias que podem ou não interagir. Temos o evento, representado pela demonstração, os visitantes representados pelos estudantes e a universidade enquanto espaço que acolhe o evento e os estudantes. Na representação da universidade não há a intenção de retratar determinado prédio, laboratório ou sala de aula, mas sim o ambiente externo, geral, aquele acessível a todos.

Já no *Jornal UFG*, o espaço destinado a reportagem é bem maior. A proposta é trazer de fato, por textos e fotografias, a impressão ou mesmo a certeza ao leitor/internauta de que o evento cumpriu seu propósito de abrir a universidade para um dia produtivo de atrações, palestras, visitas e demonstrações. Diferente da foto mostrada em *O Popular*, que traz o que podemos chamar de uma pequena amostra do evento, o *Jornal UFG* busca trazer uma visão ampla do evento. A preocupação é trazer uma amostra ampla, onde aparecem diversos ônibus, estudantes caminhando para os locais de realização das palestras e demonstrações, o que entendemos não se tratar apenas das fotografias propriamente ditas e nem apenas de uma forma de construir uma imagem do evento, mas também, pela própria característica do veículo e pela dimensão de comunicação pública, a proposta é também demonstrar o sucesso do evento, a importância de sua realização, a organização e a recepção dos estudantes. O recurso de diagramação utilizado, que apresenta uma foto maior e outras tantas fotos menores, é capaz de produzir uma imagem mental e visual do evento mais ampliada para o leitor.



Imagem 2 – Fonte: JORNAL UFG, maio de 2011, p. 4-5.

A associação entre as fotos em si e com o título da matéria, “Espaço das descobertas”, justamente tenta responder ou fazer jus ao espaço em si, tanto de uma forma mais ampla, como também específica, na tentativa mesmo de mostrar a curiosidade, os olhares atentos e a interação com professores e alunos da UFG. Desta forma, a imagem que se tem, enquanto repórter, seja na produção do texto ou nas fotografias e ainda no quesito diagramação e edição da matéria, circula em torno justamente dessa dimensão de um espaço público que se abre para descobertas, para informações, para conhecimento, que será útil para os estudantes no sentido de decidirem acerca de sua carreira profissional tendo em vista os cursos de graduação oferecidos pela UFG. O que se pretende passar ao leitor/internauta, a imagem que se pretende ter do evento é justamente a dimensão do conhecimento, do espaço público, da descoberta. As fotos menores dão ao leitor a impressão de um passeio pelas diferentes salas e tentam mostrar a interação entre universidade e estudantes visitantes.

Aqui o jornalista universitário institucional tem a imagem de si e do evento atrelada não a impressões perceptíveis por gestos, olhares ou falas, mas vincula-se de forma mais direta à ideia de conhecimento. As imagens extrapolam a valorização da figura humana e tentam dar conta da dimensão do evento em si, ao trazer, por exemplo, os ônibus estacionados e diversos espaços interativos. Por ter um público preferencialmente universitário, a imagem que o jornalista tem de si e do público se situa também em aproximação com a ideia de

conhecimento, entretanto em uma vinculação institucional, onde o jornalista se encontra na posição de jornalista universitário que produz conteúdos preferencialmente para um público universitário. Na relação que também se dá por meio da interação, onde temos a interação dos estudantes entre si, com o evento e com a universidade, ao contrário daquilo que é registrado pelo *lead* e pela fotografia de *O Popular*, o destaque maior no *Jornal UFG* é para a interação dos visitantes com o evento e com a universidade. Não são destacados nas fotografias aspectos da interação dos estudantes entre si. Com relação à universidade, os ambientes demonstrados pelas fotografias menores trazem a imagem de laboratórios, salas de aulas e prédios, ou seja, ambientes internos. As fotos maiores demonstram os ambientes externos, porém mais vinculados ao ambiente universitário, havendo registro, por exemplo, de uma grande edificação. Com relação aos estudantes, as fotografias maiores não trazem nenhuma demonstração. O aspecto que se pretende destacar é a ação. Diferente de *O Popular*, onde os estudantes destacados na fotografia que vestem camiseta vermelha estão parados, apenas interagindo entre si, alheios ao experimento, as fotografias maiores do *Jornal UFG* falam de pessoas caminhando, em movimento, em ação. As imagens menores registram o aspecto da interação e da reação dos estudantes, onde se busca no semblante dos estudantes, gestos que sinalizem atenção, curiosidade e descoberta. As demonstrações, ao contrário da imagem de *O Popular*, são sempre acompanhadas de algum monitor ou professor, que explica e responde aos questionamentos dos visitantes.

Outro assunto abordado pelos jornais, onde podemos perceber a importância de se refletir sobre o aspecto verbo-visual do discurso midiático, se refere à questão das obras na UFG. Na matéria “Obras provocam transtornos” (*O POPULAR*, 21 de maio de 2012)⁴⁹, a fotografia que aparece é resto de construção, em uma perspectiva aproximada, que não traz uma visão ampliada da obra e nem mesmo nenhum profissional atuando na obra. Alguns detalhes mostrados pela foto ajudam a trazer à imagem o sentido de abandono, lentidão, dificuldade e transtorno. Uma placa caída, restos de madeira, mato crescendo em volta e mesmo a ausência de trabalhadores, conferem à matéria em seu aspecto visual a ideia de abandono. A legenda, por sua vez, informa que “grande número de obras tem causado transtorno na UFG”. Desta vez a palavra transtorno aparece no singular, diferente do título que trata de transtornos. A imagem, não necessariamente, traz uma melhor dimensão ao leitor do assunto abordado em boa parte do texto da matéria que é a falta de estacionamento.

⁴⁹ Matéria disponível no anexo 04.



Grande número de obras tem causado transtorno na UFG

Imagem 3 – Fonte: O POPULAR, 21 de maio de 2012.

O que se tem, pela foto, é a impressão de descaso por parte da administração da universidade que, por um lado, pelo próprio fato de utilizar a palavra “grande” quando se refere ao número de obras, em contradição, mostra que a instituição tem investido pesado em estrutura física, no entanto, tais investimentos, as obras têm alterado a rotina da UFG, inclusive, provocando transtornos, sobretudo de locomoção. O texto, em seu primeiro parágrafo, trata do crescimento da UFG e usa o termo “efeito colateral”, referindo-se as obras com seus transtornos e mostra como um destes efeitos colaterais, justamente a falta de estacionamento com a ocupação de áreas tidas inicialmente para estacionamento por materiais de construção. A impressão que se tem com a fotografia é que a área mostrada não é, ao menos a primeira vista, necessariamente um estacionamento, já que se encontra coberto por mato e ainda por se tratar de uma área não pavimentada, o que não caracterizaria um estacionamento planejado, a não ser que o local seja usado enquanto estacionamento improvisado e que, por isso, não recebeu pavimentação.

É provável, a nosso ver, que imagem e texto vistos separados possam provocar impressões diferentes sobre a questão das obras na UFG. Se, por um lado, a imagem sozinha traz o aspecto de abandono, obra paralisada, o texto isolado fala de crescimento que gera transtornos. Quando fazemos a junção do verbo-visual, o leitor/internauta é convidado a compreender e construir sentidos ao que é exposto, tomando como referência a imagem, que mostra entulho acumulado, que dificulta o trânsito de pessoas e automóveis e dá um aspecto

visual negativo ao câmpus e ainda o texto, que aborda a falta de vagas em estacionamento, que é capaz de mobilizar uma imagem mais ampliada dos transtornos, que não se resumem apenas a restos de construções, mas que, justamente, abordam os efeitos causados pelos restos de construção. A imagem e o texto não possuem o compromisso institucional com a universidade e isso interfere na forma, na imagem que o jornalista tem de si, enquanto não vinculado à universidade. A imagem do contexto ocorre a partir da sua não vinculação a universidade e a relação com o público é heterogênea. Convém lembrar que este é um processo dinâmico, tenso, afetado por discursos, ideologias, aspectos sociais e históricos, que permeiam a relação discursiva pelo verbo-visual que se dá entre jornalista, contexto e público.

Na relação entre fotografia e reportagem, temos a abordagem da parte e do todo, ou seja, de uma dimensão micro e macro acerca das obras e construções. Notemos que diferentemente do que veremos no *Jornal UFG*, até existe a associação das obras e construções ao crescimento da universidade, mas, aqui, o foco é tratar de um aspecto pontual, que é a falta de estacionamento. Temos então essa perspectiva do crescimento, do grande número de obras, da expansão da instituição em um aspecto ampliado e temos a falta de estacionamento e a dificuldade de locomoção em um sentido reduzido, tratado como um fator que se desdobra, a partir das construções e obras. E notemos que em *O Popular* esse desdobrar justamente ocorre pelo viés negativo, onde o todo, ou seja, as obras e construções em seu aspecto pontual constroem sentidos de transtorno e dificuldade para locomoção ou encontrar um local adequado para estacionamento.

Pensando então na concepção de linguagem em conformidade com os pensamentos do Círculo de Bakhtin, ou seja, em uma abordagem histórica, cultural e social, temos o aspecto da dinamicidade, da interação e da opacidade dos discursos. Brait e Melo (2008, p. 67) ao referir-se ao sentido de um enunciado simples, a palavra “bem”, analisada no texto *Discurso na vida e discurso na arte – sobre poética sociológica* de Bakhtin/Volochínov, afirmam que

O enunciado e as particularidades de sua enunciação configuram, necessariamente, o processo interativo, ou seja, o verbal e não verbal que integram a situação e, ao mesmo tempo, fazem parte de um contexto maior histórico, tanto no que diz respeito a aspectos (enunciados, discursos, sujeitos etc.) que antecedem esse enunciado específico quanto ao que ele projeta adiante.

É preciso, portanto, pensarmos, nos aspectos verbais e visuais, tendo em vista a situação em si, mas, também, tendo em mente aquilo que se relaciona ao contexto ampliado, aos aspectos ideológicos, históricos e sociais, ao dialogismo próprio da condição humana. Ainda há que se considerar o fato de que os dizeres, a reportagem em sua dimensão verbo-visual é

direcionada a um destinatário, no caso, o leitor/internauta do jornal *O Popular*. A partir da fotografia que mostra basicamente resto de construção e uma placa que informa que a obra pertence à UFG, a tal placa acaba se somando ao cenário do entulho, pelo fato de estar encostada, deixada junto aos restos da construção, sendo assim considerada também como entulho. Mas notemos que a placa está ali para identificar uma instituição, entretanto, junto a restos de obras, ao mato que cresce em volta. A imagem que se tem da universidade está, neste contexto, diretamente vinculada a entulho e mato que cresce. Temos um contexto da situação em si. Se pensarmos na fotografia, na relação da instituição identificada pela placa e dos restos de construção, temos que a fotografia acaba por construir em uma dimensão ampliada, a própria imagem da UFG. Assim, não se trata apenas de um contexto meramente de obras que geram transtornos, mas, trata-se da imagem da instituição universitária, representada e construída pelo jornal e que se reveste de contornos negativos.

A reportagem intitulada “Novos prédios nos campus da UFG” (JORNAL UFG, novembro/dezembro de 2012, p. 6-7)⁵⁰, aparece como principal em uma página onde existem ainda outras reportagens diretamente ligadas à questão de obras e construções e reformas de prédios tanto na capital, quanto no interior do estado de Goiás. Nos dizeres apresentados pela mídia institucional da universidade, texto e imagens se associam de forma harmônica, sem produzir qualquer tipo de contradição, onde fotos complementam o texto e vice-versa. Se a proposta é falar de novos prédios, justamente o que é mostrado pelas fotos são os novos prédios, muito bem organizados e com as respectivas legendas que indicam abaixo a que prédio se refere.

⁵⁰ Matéria disponível no anexo 14.

como um todo. As imagens compõem discursos que dialogam com os textos, em relação de conflito ou aliança, sobretudo com determinadas palavras extremamente recorrentes no discurso midiático como um todo, das quais podemos citar “manifestantes”, “vândalos”, “estudantes” e “protestos”.

Tomemos o jornal *O Popular* como nossa primeira reflexão sobre o diálogo entre texto e imagem a partir dos pressupostos bakhtinianos que evidenciam esse caráter dialógico dos sujeitos e discursos e ainda a necessidade do outro para construção dos sujeitos, sentidos e discursos. Como já ressaltamos, o olhar do repórter fotográfico é lançado sobre o acontecimento, na tentativa de apreender determinadas características que são imaginadas pelo profissional como informativas, capazes de trazer uma dimensão imagética do acontecimento, mas que surge em resposta a uma demanda de informação apontada pelo direcionamento da pauta e, sobretudo, pelo leitor, ou seja, uma atividade realizada em resposta a uma demanda, que se relaciona diretamente com o outro.

Ônibus é incendiado na UFG

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Renato Conde



Um ônibus foi queimado ontem à noite dentro do Campus Samambaia, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e ficou completamente destruído. De acordo com bombeiros, quando chegaram ao local, não havia nenhuma manifestação e nem sinais de que grupo possa ter atestado fogo. Fotos com o veículo queimado foram publicadas nas redes sociais ainda ontem. Uma viatura da Polícia Militar esteve no local, mas até o fechamento desta edição não tinha mais informações sobre o que aconteceu no local.

Imagem 5 – Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013a.

A imagem de um ônibus destruído na nota “ônibus é incendiado na UFG” (O POPULAR, 20 de junho de 2013a) ⁵¹ pelo fogo e a informação de que o ônibus fora incendiado nas dependências da UFG, embora não se mencionem os autores do fato, a associação da imagem do ônibus com a UFG, pode significar que a ação partiu de estudantes da universidade, já que o veículo encontra-se na instituição e, mais ainda, os contextos sociais e históricos da ocasião dos fatos, os próprios dizeres midiáticos que constroem o discurso da

⁵¹ Matéria disponível no anexo 06.

mídia, dão conta de um ambiente marcado por manifestações realizadas, sobretudo por estudantes. Temos uma situação que fala de um ônibus incendiado dentro do câmpus da universidade e temos o contexto histórico, ideológico e social em que vive o Brasil em junho de 2013, momento de manifestações populares. O fato de o ônibus ter sido queimado na UFG e o fato de ter sido noticiado que um ônibus foi destruído na UFG, trazem para o aspecto verbo-visual a inscrição de uma instituição que, embora não se posicione oficialmente, é relevante do ponto de vista ideológico. A universidade pública historicamente é associada a um espaço de luta e resistência, sendo um terreno fértil para discussões e manifestações políticas e ideológicas. Para o jornal houve a ação de destruição do veículo dentro da universidade e o resultado dessa ação é informada ao público, embora não se informe como a ação propriamente dita ocorreu.

As matérias que tratam da presença dos manifestantes nas ruas, fazem com que as palavras manifestação ou manifestações propriamente ditas, em articulação com outros sujeitos, ditas por diferentes sujeitos, em um contexto social, ideológico e histórico, construam sentidos de protesto, indignação e ocupação das ruas. As fotos que retratam instantes históricos para a cidade de Goiânia e para o Brasil, que registram inúmeras pessoas nas ruas, justamente mostram a ocupação das ruas pelos manifestantes com cartazes e faixas, conforme visto na matéria “Manifestantes em Goiânia contam porque foram às ruas” (O POPULAR, 20 de junho de 2013b.)⁵² A associação que se faz entre verbo-visual, é que a manifestação foi pacífica e ordeira, sendo um espaço de expressão da indignação da população com o transporte, a educação, a saúde e a segurança pública.



Registros do protesto de quinta-feira, 20 de junho, em Goiânia

Imagem 6 – Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013b.

Não fosse uma imagem que registra policiais militares com escudos, havendo inclusive um que empunha uma arma de fogo enquanto manifestantes erguem os braços, sinalizando que gritavam algo. Esta é a imagem que destoa, se podemos dizer assim, com o restante da matéria “Manifestação reúne milhares de pessoas em Goiânia” (O POPULAR, 20 de junho de 2013c)⁵³ e surge como que um adendo apenas no final do texto, que faz referência ao fato do movimento ter ocorrido em frente à Assembléia Legislativa e ter sua autoria, neste caso específico, ligada a uma minoria. A tentativa que se vê no texto e nas imagens é justamente de construir um discurso que foi extremamente rotineiro pelos veículos de comunicação que tratava da questão das manifestações que ocorria em sua grande maioria de forma pacífica e ordeira, não fosse a presença de uma “minoria” que preferia atitudes de vandalismo. Embora a imagem apareça com certo destaque, sua relação com o texto ocorre no final da matéria, onde aparece no texto “Os manifestantes tentaram invadir a ALEGO e jogaram bombas e coquetéis *molotov* nos policiais, gerando um princípio de tumulto. O batalhão de choque e cavalaria conseguiram evitar a invasão e dispersaram o grupo”.

Na imagem 6, a cor branca prevalece entre os participantes da manifestação e a indignação, a manifestação é expressa por meio de cartazes. Há ainda bandeiras do Brasil em destaque que nos ajudam a compreender que os protestos se referem ao Brasil, aos aspectos que falam da vida, da indignação e das dificuldades enfrentadas pelos brasileiros. A legenda

⁵³ Matéria disponível no anexo 07.

avisa que a fotografia faz referência a “registros do protesto de quinta-feira, 20 de junho, em Goiânia”. O local retratado, onde a multidão é registrada pela fotografia, é um local neutro, a rua, lugar onde convive a heterogeneidade, onde discursos circulam e constroem sentidos, lugar que fala da pluralidade de vozes. A relação entre a palavra protesto e a imagem captada do protesto registra um instante pacífico, ordeiro e cívico. Essa é a imagem que se tem do momento e é a imagem que se tem dos manifestantes e é, ainda, a imagem que se pretende passar ao público. O texto da reportagem cita, inclusive, que “um dos pontos mais elogiados pelos manifestantes foi a tranquilidade com que tudo ocorreu”, que repercutiu na não intervenção da polícia militar durante o protesto.

Na imagem 7, não temos a legenda mas sabemos que a fotografia é integrante da reportagem “Manifestação reúne milhares de pessoas em Goiânia” (O POPULAR, 20 de junho de 2013c). A reportagem traz três imagens sobre o protesto sendo duas que registram a multidão de forma aparentemente ordeira e outra que nos chama a atenção, e que não é o registro da multidão, mas o registro de um grupo que destoa da multidão e que aparece na fotografia em situação de confronto ou confronto iminente com os policiais militares. Os cartazes são substituídos pelas mãos levantadas com punhos cerrados e os gestos e semblantes indicam uma situação de forte tensão, tanto da parte dos manifestantes quanto da parte dos policiais. Notamos que na reportagem, a menção a fotografia abaixo ocorre apenas no final do texto. Os sujeitos que aparecem na imagem são também chamados de manifestantes, no entanto, este foi o grupo que se dirigiu a Assembleia Legislativa de Goiás. Trata-se, portanto de um contexto de protesto, no entanto, o local onde o protesto é realizado, ao contrário da rua, traz consigo toda a carga política e ideológica que se associa a indignação com a corrupção e com a realidade política brasileira. Temos, se pensarmos nas duas fotografias, o contraste entre o protesto pacífico e o protesto com confronto. Não vemos imagens de cenas de vandalismo, temos apenas os protestos, ressaltando que a imagem do confronto é a imagem que destoa e que fala de uma parte, de uma imagem dessa parte.



Imagem 7 – Fonte: O POPULAR, 20 de junho de 2013c.

A matéria do *Jornal UFG* traz uma contextualização e reflexão dos fatos, que inclusive convida o leitor para ler a reflexão por meio da pergunta “o que faremos depois?” que surge justamente na capa do jornal e que mostra diversos jovens, tentando trazer uma imagem o mais heterogênea possível, que mostra uma diversidade de pautas que motivaram as manifestações e que estão presentes nos dizeres dos cartazes e faixas e ainda mostra estudantes com rosto coberto, o que também, na ocasião, em determinado momento foi divulgado de forma maciça pela mídia que condenava a presença de manifestantes mascarados, chamados de “grupos de mascarados”, atrelando a tais manifestantes a autoria de boa parte dos atos de vandalismo. Das matérias contidas no interior do jornal, em uma delas, que faz uma reflexão sobre os movimentos estudantis do presente e do passado, não por acaso, o fundo em vermelho associa a discussão à cor do socialismo, o vermelho, tido como cor quente, ligado à paixão, energia e excitação, que se associa a ideia de ação, movimento e desejo. As fotos históricas mostram momentos de luta em uma época de repressão militar e de outro lado, imagens de movimentos estudantis atuais que, na perspectiva do texto, são tidos como espaços de diálogo. A junção de cores, fotos e textos, sugere justamente um olhar ampliado, histórico, social, cultural e ideológico sobre os movimentos estudantis. O trabalho empreendido pelo jornal é justamente de fazer uma reflexão das manifestações em si, mas com a proposta de trazer reflexões sobre os rumos, e para isso, é mobilizado o conhecimento produzido pela universidade, na tentativa de trazer respostas ou fazer perguntas sobre os desdobramentos das manifestações.



Imagem 8 – Fonte: JORNAL UFG, julho de 2013a.

A imagem 8 também é o registro dos protestos, porém, a sensação que temos é que uma parte do registro foi recortado, ou seja, retirado de um outro lugar e colado na capa do *Jornal UFG*. Aqui não temos necessariamente alguma informação na imagem que dê conta do local onde acontecem as manifestações. O destaque é para os manifestantes e para os cartazes e quanto a estes dois elementos fundamentais na composição da imagem, a pergunta “o que faremos depois?” pode ser dirigida aos jovens, mas, também, ao leitor/internauta, a sociedade e até mesmo à própria universidade. Talvez a sensação de que houve o recorte e a colagem do registro do protesto tenha relação, no contexto do jornal institucional, com o fato de que os protestos das ruas entram em outro contexto, o da reflexão acadêmica onde deixam ao menos nesse momento as ruas para adentrar no espaço acadêmico, aquele destinado a pesquisa, a reflexão, ao debate, fato que podemos perceber pela pergunta lançada pelo periódico. A valorização é para a reflexão e não para a cobertura dos protestos. De acordo com Miotello (2008, p. 170) “o conjunto de signos de um determinado grupo social forma o que Bakhtin chama de universo de signos. E todo signo, além dessa dupla materialidade, no sentido físico-material e no sentido sócio-histórico, ainda recebe um ‘ponto de vista’”. O jornal institucional está mais focado nos desdobramentos dos protestos e por isso está mais associado a um ponto de vista mais reflexivo que se dá pela via da própria universidade, enquanto espaço adequado a tal ação e, ainda, por meio dos sujeitos que na mesa-redonda refletem sobre os

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os caminhos do discurso são, sem dúvida, caminhos complexos, marcados pela interdisciplinaridade e pela certeza de que o edifício discursivo em construção, desde os pressupostos da AAD-69 até os dias de hoje, encontra-se no Brasil, ainda em construção. Não existem conceitos prontos e acabados e, por isso mesmo, a AD tem sido, ainda hoje alvo de estudos, reflexões e até mesmo de críticas, que a tornam dinâmica e viva. Em sua relação com a mídia e a universidade, mais do que nunca o discurso, tendo em vista as características de tais instituições, é marcado pela heterogeneidade e pelo ideológico. Neste cenário, nosso esforço consistiu aqui em refletir, a partir de um recorte, sobre os discursos que a mídia e a própria universidade com seus sujeitos fazem circular nos jornais que pesquisamos. Entendemos dessa forma que o fato de ser institucional ou comercial, aliado a fatores técnicos e aos aspectos discursivos envolvidos na construção da notícia, falam de diferentes formas de construção dos sentidos, de relacionamentos entre mídia, sujeitos e discursos, de maneiras de como promover um determinado dizer, enfim, falam de relações de aproximações, distanciamentos, silenciamentos, sem que haja a neutralidade ou a simples transmissão de uma informação jornalística.

Na relação entre mídia e universidade, a mídia poderá se valer da universidade, dentre algumas possibilidades, com o propósito de legitimar, de conferir autoridade ao que é dito, por meio de um sujeito que se vincule a UFG ou por meio da própria universidade enquanto instituição. Assim, um professor e pesquisador capaz de fornecer informações com bases científicas, por exemplo, quando o assunto são manifestações estudantis, se insere no discurso da mídia jornalística, tendo em vista dizeres, posicionamentos, conhecimento e autoridade a respeito do assunto. Já a universidade, enquanto instituição pública, precisa manter vínculos com a sociedade, necessita divulgar suas ações e para tal propósito, dentre outras alternativas, lança mão da mídia jornalística, busca manter vínculos com a sociedade. Sendo assim, um evento que tem o propósito de mostrar cursos, carreiras e possibilidades que a universidade oferece, não pode ser restringir aos muros da universidade e nem apenas a mídia universitária. Dessa forma, a universidade tenta dar visibilidade a suas ações por meio, também, da mídia.

O trabalho que empreendemos aqui alicerçado na AD, em diálogo com as teorias da comunicação e do jornalismo, tentou dar conta de uma percepção de mídia que extrapola a informação. No capítulo 2, ainda que de forma breve, nos detemos em alguns conceitos do universo do jornalismo e da comunicação. Isso se deve tanto pela nossa formação acadêmica e profissional em jornalismo, bem como para refletir, tendo em vista nosso posicionamento

enquanto jornalista, acerca da mídia e da universidade em uma perspectiva que seja capaz de enxergar o jornalismo e os jornais analisados, assim como a universidade, em suas contradições, que se manifestam nos sujeitos e discursos. Entendemos que a mídia jornalística é lugar de materialidade discursiva e, com isso, pensamos a mídia e os jornais que analisamos constituídos por sujeitos que não apenas meros jornalistas ou fontes entrevistadas, mas sujeitos em um contexto histórico, social e ideológico, que se posicionam e se movem em relações discursivas, que são constituídos pela ideologia que os interpela, enfim, vemos um cenário de não neutralidade. Os sentidos, por sua vez, não são evidentes. Assim, o domínio e utilização de técnicas de produção do texto jornalístico, com seu caráter informativo e que procura ser claro e didático, não necessariamente poderá construir um sentido único, aquele que se delineia em torno do assunto e da forma como é reportado. A construção de sentidos depende do contexto no qual jornal é lido ou acessado, do conhecimento que se tem ou não acerca dos assuntos abordados, do nível de interação entre os envolvidos no processo de construção da notícia, enfim, diz respeito a aspectos que se encontram na exterioridade, na própria complexidade da sociedade.

A universidade é por excelência o local da diversidade e do conhecimento. Diante desse cenário, os discursos que circulam no meio universitário são os mais diversos e por que não dizer, até mesmo contraditórios. Podemos ter, ao se referir as obras e construções na UFG, sentidos e discursos construídos pelo movimento estudantil, pela administração central da universidade, pelos frequentadores, que são os usuários do espaço físico e dos serviços da universidade que não se vinculam diretamente à instituição, enfim. Enquanto sujeito que tem sua atuação acadêmica e profissional na UFG, nosso interesse inicial foi perceber quais discursos circulam na universidade, quem são os sujeitos e como se posicionam e se relacionam com a instituição em uma perspectiva discursiva. Isso nos mostra, dentre outras formas, como são construídos sentidos, como os sujeitos que se vinculam de maneira direta ou não com a UFG e percebem a si mesmo e a universidade, em meio a um ambiente dinâmico, tenso, vivo, dialético, que é aquele dos discursos e da própria universidade. Para refletir sobre esses aspectos que envolvem a UFG com seus discursos, sujeitos e sentidos, nossa opção foi refletir sobre tais aspectos a partir de dois jornais, sendo o *Jornal UFG* de caráter público e institucional e o jornal *O Popular* de cunho privado e comercial. Sendo assim, verificamos que o fato de estar vinculado diretamente ou não à universidade, ou seja, ser institucional ou comercial é um fator preponderante no que diz respeito a quais sujeitos serão ou não mobilizados em cada um dos jornais. Da mesma forma, quais discursos sobre a universidade cada um dos jornais tem interesse em fazer circular? Como percebemos na

pesquisa, temos no *Jornal UFG* discursos mais alinhados ao pensamento institucional, de prestação de contas e de divulgação científica, ao passo que, no jornal *O Popular* o que temos são discursos que enxergam a universidade como relevante para a sociedade, entretanto, pelo olhar da contradição entre discursos e sujeitos, pelo uso de sujeitos e discursos com o propósito de legitimar e assegurar autoridade ao que é dito pelo jornal e até mesmo com um viés pessimista, que procura ver muito mais os aspectos de cunho mais negativos do que os positivos em relação à universidade.

O trabalho empreendido por Pêcheux, por meio de sua concepção ideológica dos discursos e dos sujeitos, entendendo a ideologia enquanto prática que se materializa nos discursos, nos fez perceber que, nos discursos sobre a UFG veiculados pelos dois jornais a filiação ideológica dos mesmos ao aspecto institucional ou comercial, assim como a filiação ideológica dos jornalistas que assinam as matérias jornalísticas que analisamos, bem como das fontes entrevistadas que aparecem nas matérias, nos remetem, pensando que sujeito e ideologia estão intimamente ligados, a posicionamentos ideológicos e a percepção de sujeitos distintos, onde podemos ter, por exemplo, a filiação e constituição em sujeito discursivo e consequentemente ideológico, baseado na ideologia gestora-administrativa, na ideologia dos movimentos estudantis e na ideologia acadêmico-científica. Isso significa que esse lugar ideológico de onde falam os sujeitos, lugar de alianças e confrontos, é o lugar no qual os sujeitos constroem seus discursos e acreditam, pela natureza ideológica e inconsciente, que os faz rejeitar e apagar de forma inconsciente aquilo não diz respeito à ideologia e discursos nos quais os sujeitos se identificam e inserem, ser a origem daquilo que é dito.

Bakhtin, por meio do dialogismo, onde discursos se entrecruzam, perguntam e respondem, pela ideologia e pelo signo ideológico, nos ajuda a pensar sobre os discursos da mídia jornalística a respeito da universidade. Em sua perspectiva dialógica, na relação com o outro, na interação, os signos se mantêm vivos e as significações ideológicas são diversas. A palavra em Bakhtin é sempre carregada de ideologia, sendo assim uma arena de conflitos. Ao pensarmos nos discursos da mídia jornalística sobre a UFG, vimos que os discursos são construídos em resposta a algo e para compreensão acerca da ideologia e significação é necessário que se tenha em mente a situação a qual a enunciação se vincula. Falar, por exemplo, em crescimento da universidade em um cenário de comemoração dos cinquenta anos e falar em crescimento a partir da ampliação do espaço físico, são situações distintas, que evocam diferentes interações. Assim, na perspectiva bakhtiniana, o signo é possível por meio da interação.

Este é um trabalho que não se esgota em si mesmo e que abre caminhos para novas e pertinentes reflexões sobre a mídia e a universidade do ponto de vista discursivo. Os discursos da mídia jornalística sobre a UFG são permeados por outros discursos e ao se inscreverem em um dado momento histórico, social e ideológico, geram novos discursos, novos sentidos, novas compreensões sobre o fazer universitário e jornalístico. Os sujeitos, por sua vez, são incompletos, sujeitos a falhas e oscilam entre consciente e inconsciente, entre posições discursivas, onde se misturam, em algumas vezes o professor e o administrador, o estudante e o manifestante, a pessoa jurídica e a pessoa física, onde o sujeito se constitui no emaranhado de discursos, na própria complexidade da sociedade. Neste universo complexo, para a AD, um enunciado pode ser o silêncio, uma expressão facial, uma reportagem em um jornal impresso ou eletrônico, enfim. E sempre haverá outro sentido possível, um discurso possível, diferente de si mesmo, dinâmico, instável, opaco.

Tendo em vista a complexidade dos temas abordados por nós nessa pesquisa, bem como a própria limitação de tempo em relação à duração de um curso de mestrado, não tivemos a pretensão de dar conta de todos os aspectos que envolvem discursos da mídia jornalística sobre a UFG. De antemão, por essas razões que acabamos de mencionar, e como falamos de mídia jornalística, não tivemos, ao menos nesse momento, a pretensão de refletir acerca das questões relativas ao público, ou seja, ao leitor/internauta, sobre a percepção que o mesmo tem da UFG a partir da mídia jornalística. O que buscamos aqui, dentre outros objetivos, foi refletir sobre CP, sobre como são construídos em cada um dos jornais os discursos sobre a universidade. Nosso foco, portanto, concentrou-se na relação entre mídia e universidade em uma perspectiva discursiva, que nos faz enxergar os jornais, conseqüentemente os discursos e sujeitos, como heterogêneos, não acabados ou prontos. É preciso assim, pensar a universidade e a mídia com base em outros discursos, nos atravessamentos discursivos, na incompletude, na relação que se estabelece no contexto social, histórico e ideológico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. O jornalismo especializado na sociedade da informação. In: *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*. 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahy-ana-jornalismo-especializado.pdf>>. Acesso em: 27 out. 2014.

ALTHUSSER, Louis. *Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado*. Lisboa: Presença & Martins, 1970.

ASSIS, Francisco de. Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos. In: *Revista Alceu*. Rio de Janeiro, n.21, p.16-33, jul/dez 2010. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu21_2.pdf>. Acesso em 15 mai. 2014.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. Heterogeneidade(s) enunciativa(s). *Cadernos de Estudos Lingüísticos*. Campinas: n.19, p.25-42, jul/dez 1990.

_____. *Heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso*. In: _____. Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004. P. 11-80.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. Maria Ermantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____, Mikhail. *Estética da criação verbal*. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, Mikhail. *Problemas da poética de Dostoiévski*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1981.

BAKHTIN, Mikhail. *Questões de literatura e de estética (A teoria do romance)*. 4.ed. São Paulo: Unesp, 1998.

BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na comunicação*. São Paulo: Moderna, 1995.

BARTHES, Roland. *Elementos de semiologia*. São Paulo: Cultrix, 1977.

_____. *O óbvio e o obtuso: ensaios críticos III*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BENETTI, Márcia. O jornalismo como acontecimento. In: *VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo, SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, nov. 2009. Disponível em: <http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/marcia_benetti.pdf>. Acesso em 05 jun. 2014.

BENITES, Sonia Aparecida Lopes. *Contando e fazendo a história: a citação no discurso jornalístico*. São Paulo: Arte & Ciência, 2002.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. *O que é comunicação?* São Paulo: Brasiliense, 1996.

BRAIT, Beth & MELO, Rosineide de. Enunciado/enunciado concreto/ enunciação. In: Brait, Beth (org.). *Bakhtin: conceitos-chaves*. São Paulo: Contexto, 2005.

BRAIT, Beth. Olhar e ler: verbo-visualidade em perspectiva dialógica. In: *Bakhtiniana: Revista de Estudos do Discurso*. São Paulo: v. 8, n. 2, p. 43-65.

BRANDÃO, Helena H. *Introdução à Análise do Discurso*. Campinas: Editora Unicamp, 2011.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge. *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro; CHAVEIRO, Eguimar Felício. As entrelinhas não publicadas de um jornal diário: o roubo da história de Câmara Filho na criação e consolidação do jornal O Popular (GO). In: *9º encontro Nacional de História da Mídia*. UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO. Ouro Preto, 2013. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/as-entrelinhas-nao-publicadas-de-um-jornal-diario-o-roubo-da-historia-de-camara-filho-na-criacao-e-consolidacao-do-jornal-o-popular-go>. Acesso em 18 jan. 2015.

BORGES, Rosana Maria Ribeiro; LIMA, Angelita Pereira de. História da imprensa goiana: dos velhos tempos da colônia à modernidade mercadológica. In: UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. *Revista UFG*. Goiânia, 2008. Disponível em: <http://www.proec.ufg.br/revista_ufg/dezembro2008/historia.html>. Acesso em: 15 jan. 2015.

BUARQUE, Cristovam. *A universidade numa encruzilhada*. Trabalho apresentado na Conferência Mundial de Educação Superior + 5, UNESCO, Paris, 23-25 de junho de 2003.

CARVALHO, Sônia de Fátima Elias Mariano; FERREIRA-ROSA, Ismael; MESQUITA, Diana Pereira Coelho de. (Re)ler e (Res)significar Pêcheux em relação a Althusser. In: *Alfa: Revista de Linguística*. São Paulo, v. 55, n. 1, pp. 43-65, Jul/Dez 2011. Disponível em file:///D:/Downloads/16568-43400-1-PB.pdf. Acesso em: 20 mai. 2014.

CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR. In: Resumo Técnico do Censo da Educação Superior 2011. *Base de Dados do Inep*. 2011. Disponível em <http://download.inep.gov.br/educacao_superior/censo_superior/resumo_tecnico/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2011.pdf>. Acesso em: 16 jun. 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. São Paulo: Summus, 1994.

_____. *Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos*. São Paulo: Summus, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das Mídias*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

CHARLES, Sébastien. O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky. In: LIPOVETSKY, Gilles. *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarola, 2004.

CHAUÍ, Marilena de Souza. *Escritos sobre a universidade*. São Paulo: Unesp, 2001.

COURTINE, Jean-Jacques. *Análise do Discurso Político: o discurso comunista endereçado aos cristãos*. São Carlos: Edufscar, 2009.

DELA-SILVA, Silmara Cristina. A televisão na imprensa brasileira: sujeito e sentidos entre os acontecimentos histórico, jornalístico e discursivo. In: *Memórias e histórias nada análise do discurso*. In: INDURSKY, Freda; MITTMANN, Solange; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (orgs.). Campinas: Mercado de Letras, 2011, p. 287-305.

DEZERTO, Felipe Barbosa. Sujeito e sentido: uma reflexão teórica. In: *Revista Icarahy*. Niterói: ed. 4, p. 1-18, out. 2010. Disponível em: <http://www.revistaicarahy.uff.br/revista/html/numeros/4/dlingua/Felipe_Dezereto.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2014.

DUARTE, Jorge. Instrumento de comunicação pública. In: _____ (Org.). *Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público*. São Paulo: Atlas, 2007.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. São Paulo: Ática, 1991.

FARACO, Carlos Alberto. A ideologia no/do Círculo de Bakhtin. In: *Círculo de Bakhtin: pensamento interacional*. In: Paula, Luciane; Stafuzza, Grenissa (orgs.). Campinas: Mercado de Letras, 2013, p.167-182.

FARACO, Carlos Alberto. *Zellig Harris: 50 anos depois*. In: Revista Letras, Curitiba, n. 61, especial, p. 247-252, 2003, Editora UFPR.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *Manual de Assessoria de Comunicação*. 2007. Edição Revista e Ampliada. Disponível em <http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf>. Acesso em: 2 mai. 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur; KOPPLIN, Elisa. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERNANDES, Cleudemar. *Análise do discurso: reflexões introdutórias*. São Carlos: Claraluz, 2008.

FÍGARO, Roseli (org.). *Comunicação e Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Novo manual da redação*. São Paulo: 1996. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_texto_a1.htm>. Acesso em: 03. fev. 2014.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Manual da redação*. 13. ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

FREITAS, Maria Teresa de Assunção. Identidade e alteridade em Bakhtin. In: *Círculo de Bakhtin: pensamento interacional*. In: PAULA, Luciane; STAFUZZA, Grenissa (orgs.). Campinas: Mercado de Letras, 2013, p.183-199.

GRADIM, Anabela. *Manual de Jornalismo*. Covilhã: 2000, Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior. Disponível em <http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf>. Acesso em: 30 jun. 2014.

GUILHERME, Maria de Fátima Fonseca. Bakhtin e Pêcheux: atravessamentos teóricos. In: *Círculo de Bakhtin: pensamento interacional*. In: PAULA, Luciane & STAFUZZA, Grenissa (orgs.). Campinas: Mercado de Letras, 2013, p. 259-279.

HASWANI, Mariângela Furlan. *Comunicação pública: bases e abrangências*. São Paulo: Saraiva, 2013.

HAROCHE, Claudine; PÊCHEUX, Michel; HENRY, Paul. A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem e discurso. In: BARONAS, Roberto Leiser. (org.) *Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva*. São Carlos: Pedro e João Editores, 2011, p. 13-32.

JORNAL UFG. Goiânia, junho de 2006. Disponível em: <http://www.jornalufgonline.ufg.br/up/243/o/jornal-ufg-01.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2015.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 2002.

_____. *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: Insular-Edufsc, 2001.

LONGO, Leila. *Linguagem e Psicanálise*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

MACHADO, Irene. Gêneros discursivos. In: *Bakhtin: conceitos chave*. In: BRAIT, Beth (org.). São Paulo: Contexto, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de Textos de Comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.

MALDIDIER, Denise. *A inquietação do discurso – (re)ler Pêcheux hoje*. Campinas: Pontes, 2003.

MANCHETÔMETRO. Disponível em: <<http://www.manchetometro.com.br/analises/jornais/>>. Acesso em: 06 jan. 2015.

MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: FRANÇA, Vera Veiga; HOHFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C. (orgs.). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes, 2001.

MARTINS FILHO, Eduardo Lopes. *Manual de redação e estilo de O Estado de S. Paulo*. 3. ed. São Paulo: O Estado de S. Paulo, 1997.

MCCOMBS, M. *A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MEDINA, Cremilda de Araújo. *Notícia: um produto á venda*. Jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-ômega, 1978.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia*. São Paulo: Atlas, 2003.

MICHAELIS. Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso em: 30 mai. 2014.

O POPULAR. *História em 75 capas*. Goiânia. 2013. Disponível em: <http://www.opopular.com.br/histC3B3ria-em-75-capas-1.296168>. Acesso em: 05 jan. 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de Discurso*. 9. ed. Campinas: Pontes, 2010.

_____. *Análise de Discurso*. In: ORLANDI, E. P.; LAGAZZI-RODRIGUES (Org.). *Introdução às ciências da linguagem: Discurso e Textualidade*. Campinas, SP: Pontes, 2006.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica a afirmação do óbvio*. Campinas: Unicamp, 1997.

_____. *O discurso – Estrutura ou Acontecimento*. São Paulo: Pontes, 2012.

_____. *Papel da Memória*. In: ACHARD, Pierre. *Papel da Memória*. Campinas: Pontes, 1982; 2010.

_____. *Análise do Discurso: três épocas* In: GADET F.; HARK, T. (Orgs.) *Por uma Análise Automática do Discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Unicamp, 2010.

PORTO, Ludmila Mota de Figueiredo. Bakhtin e Pêcheux: leitura dialogada. In: *Revista Polifonia*. Cuiabá: v. 20, n. 27, p. 89-106. Disponível em: <<http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/polifonia/article/viewFile/619/1112>>. Acesso em 05 jan 2015.

PRADO, Magaly. *Webjornalismo*. Rio de Janeiro: 2011, LTC.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, GUSTAVO. *Dicionário de comunicação*. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 27-33.

SANTOS, João Bosco Cabral dos. *Por uma teoria do discurso universitário institucional*. 2000. 236 p. Tese (Doutorado em Linguística) – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo

Horizonte. Disponível em: <http://www.ileel2.ufu.br/lep/arquivos/dissertacoes_e_teses/tese_joaobosco.pdf>. Acesso em 15 jul. 2014.

SCHERER, Amanda Eloina; TASCETTO, Tania Regina. O papel da memória ou a memória do papel de Pêcheux para os estudos lingüístico-discursivos. *Estudos da Língua(gem)*, Vitória da Conquista: N. 01, p. 119-123, Jun. 2005. Disponível em: <<http://www.estudosdalinguagem.org/seer/index.php/estudosdalinguagem/article/view/16/22>>. Acesso em 04 jul. 2014.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Mauad, 1999.

SOUSA, JORGE PEDRO. *Fotójornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Porto, 2002. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>>. Acesso em: 15 mai. 2013.

STAFUZZA, Grenissa Bonvino. *O discurso da crítica literária universitária: sobre James Joyce e Ulysses*. 2009. 257 p. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Araraquara. Disponível em: <http://portal.fclar.unesp.br/poslinpor/teses/grenissa_bonvino_stafuzza.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2014.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. 2.ed. Florianópolis: Insular, 2005a.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: A tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*: Florianópolis: Insular, 2005b.

TEIXEIRA, Marlene. *Análise de discurso e psicanálise: elementos para uma abordagem do sentido no discurso*. 2. ed. Porto Alegre: Edipucrs, 2005.

TRESCA, Laura Conde. Gênero Informativo. In: MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: UMESP, 2010.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. *Assessoria de Comunicação*. Goiânia. 2014. Disponível em: www.ascom.ufg.br. Acesso em: 10 dez. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. *Estatuto e Regimento da UFG*. Goiânia. 2014. Disponível em < http://www.ufg.br/uploads/1/original_ESTATUTO_2014.pdf >. Acesso em: 05 jan. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. *UFG: 50 anos*. Goiânia. 2010. Disponível em: <http://projetos.extras.ufg.br/capa/50anos/>. Acesso em: 10 dez. 2014.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS. *UFG: 2006 – 2013*. Goiânia: UFG, 2014

WOLF, Mauro. *Teorias das Comunicações de Massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

ZIZEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: _____ (org.). *Um mapa da ideologia*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

Referências bibliográficas do corpus

BORGES, Rogério. Em busca da excelência. *O Popular*. Goiânia, 13 dez. 2010a. Disponível em: http://www.opopular.com.br/editorias/magazine/em-busca-da-excel%C3%A2ncia-1.77546?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20592184_4. Acesso em: 13 nov. 2013.

_____. Metas para o futuro. *O Popular*. Goiânia, 13 dez. 2010b. Disponível em: < http://www.opopular.com.br/editorias/magazine/metas-para-o-futuro-1.77557?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20592184_0>. Acesso em: 13 nov. 2013.

_____. Nunca estivemos dormindo. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013f. Disponível em: < <http://www.opopular.com.br/editorias/magazine/nunca-estivemos-dormindo-1.344248>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

BRAGA, Laura; MARTINS, Michele. O que ocorreu nas ruas em junho? *Jornal UFG*. Goiânia, ano 8, nº 60, jul. 2013b. Disponível em: http://www.jornalufgonline.ufg.br/uploads/243/original_Jornal_UFG_60_web.pdf. Acesso em: 17 nov. 2013.

DRUMMOND, Patrícia. Evento na UFG atrai 25 mil estudantes. *O Popular*. Goiânia, 28 abr. 2011. Disponível em: < http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/evento-na-ufg-atrai-25-mil-estudantes-1.87553?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20601849_2>. Acesso em: 15 nov. 2013.

FÉLIX, Bruno; SANTOS, Renata. Os donos da rua. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013e. Disponível em: < <http://www.opopular.com.br/editorias/magazine/os-donos-da-rua-1.344244>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

LACERDA, Erneilton. Movimentos estudantis do passado e do presente. *Jornal UFG*. Goiânia, ano 8, nº 60, jul. 2013c. Disponível em: http://www.jornalufgonline.ufg.br/uploads/243/original_Jornal_UFG_60_web.pdf. Acesso em: 17 nov. 2013.

LONGO, Malu. Obras provocam transtornos. *O Popular*. Goiânia, 21 mai. 2012. Disponível em: < http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/obras-provocam-transtornos-1.154850?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_46102576_5>. Acesso em: 15 nov. 2013.

MANIFESTAÇÃO reúne milhares de pessoas em Goiânia. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013c. Disponível em: < http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/manifesta%C3%A7%C3%A3o-re%C3%BAne-milhares-de-pessoas-em-goi%C3%A2nia-1.344619?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20624710_3>. Acesso em: 20 nov. 2013.

MERGULHÃO, Alfredo. Estudantes mantêm protesto para hoje. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013d. Disponível em: < <http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/estudantes->

mant%C3%AAm-protesto-para-hoje-1.344424?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20629015_9>. Acesso em: 20 nov. 2013.

MORAIS, Ludmila. Manifestantes em Goiânia contam porque foram às ruas. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013b. Disponível em: <http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/manifestantes-em-go%C3%A2nia-contam-porque-foram-%C3%A0s-ruas-1.344977?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20622902_0> . Acesso em 20 nov. 2013.

ÔNIBUS é incendiado na UFG. *O Popular*. Goiânia, 20 jun. 2013a. Disponível em: <http://www.opopular.com.br/editorias/cidades/%C3%B4nibus-%C3%A9-incendiado-na-ufg-1.344420?parentId=ojcTrailTitlePane_7_218533_1335442979_20614048_4> . Acesso em: 20 nov. 2013.

ROBERTO, Gilmara. Espaço das descobertas. *Jornal UFG*. Goiânia, ano 6, nº 45, p. 4-5, mai. 2011. Disponível em: <http://www.jornalufgonline.ufg.br/uploads/243/original_Jornal_UFG_45.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2013.

SOLAREVISKY, Raniê. Novos prédios nos campus da UFG. *Jornal UFG*. Goiânia, ano 7, nº 55, p. 6-7, nov./dez. 2012.

VEIGA, Patrícia da. Memórias do desenvolvimento humano. *Jornal UFG*. Goiânia, ano 5, nº 42, p. 4-5, nov./dez. 2010a. Disponível em: <http://www.jornalufgonline.ufg.br/uploads/243/original_Jornal_UFG_42.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2013.

UFG: uma conquista da sociedade goiana. *Jornal UFG*. Goiânia, ano 5, nº 42, p. 6-7, nov./dez. 2010. Disponível em: <http://www.jornalufgonline.ufg.br/uploads/243/original_Jornal_UFG_42.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2013.

ANEXOS

Anexo 1- O POPULAR, 13 de dezembro de 2010a

Em busca da excelência

UFG chega aos 50 anos passando por um momento favorável, mas ainda com muitos desafios

Rogério Borges

13 de dezembro de 2010 (segunda-feira)

Divulgação



Foi numa quarta-feira, 14 de dezembro de 1960, que o então presidente Juscelino Kubitschek, na sacada do Palácio das Esmeraldas, diante de uma multidão de estudantes reunidos na Praça Cívica, assinou um documento que seria histórico para o Estado. Naquele momento, a Universidade Federal de Goiás era oficialmente criada, após uma insistente luta de quatro anos de idas e vindas, avanços e recuos, brigas políticas e até físicas (ver texto na página 7). Hoje, 50 anos depois, a UFG é uma instituição sólida, que passa por um momento favorável, mas ainda com muitos desafios a encarar.

A UFG está recebendo pesados investimentos. Com dois câmpus em Goiânia e três no interior (Catalão, Jataí e Cidade de Goiás), 21 mil alunos, 2 mil professores e 2.800 funcionários técnico-administrativos, a Federal é a principal referência em ensino superior em Goiás, maior centro de pesquisa goiano e um dos maiores orçamentos do Estado, com previsão de que ele chegue a R\$ 600 milhões em 2011. Por suas unidades, dezenas de milhares de pessoas transitam todos os dias, contingente maior que a população de muitas cidades.

Os desafios da instituição são igualmente gigantescos. Manter a qualidade de ensino para tantos alunos é um deles. "Mesmo com o crescimento de oferta, a qualidade não está ameaçada. Enfrentamos resistências de alguns setores, havia dúvidas sobre isso, mas parece claro que o ensino

está melhorando", assegura o pró-reitor de Administração e Finanças da UFG, Orlando Afonso Valle do Amaral, um dos coordenadores do plano de reestruturação das universidades federais, o Reuni. Pablo Salvador, diretor de políticas do Diretório Central de Estudantes da UFG, tem opinião contrária. "Nós criticamos o Reuni da maneira como ele está sendo implantado", diz. "Nós somos a favor da expansão dos cursos e da melhoria da infraestrutura, mas o ensino tem piorado com a contratação de professores sem dedicação exclusiva, no regime de 20 horas e não de 40 horas semanais, o que afeta muito a pesquisa."

Corpo docente

Reitor da UFG, Edward Madureira observa que a instituição tem hoje em seus quadros mais de mil doutores em seu corpo docente e que essa excelência na pós-graduação se reflete também na qualidade da graduação. Pablo, do DCE, porém, afirma que a UFG "está inchada", já que, na sua opinião, ela não se preparou devidamente para o crescimento que experimenta atualmente. "Sabemos que este é um problema que surgiu lá atrás, numa série de políticas erradas para a universidade que vêm da era FHC, quando ela foi sucateada. Mas a solução dada aqui na UFG também está com um viés equivocado", avalia.

Para Pablo, que cursa Letras, modelos interessantes são os adotados por universidades de ponta, como USP, Unicamp e UFMG, que dão total atenção à pesquisa. "Somos favoráveis à universalização do ensino superior público. A universidade tem de ser para o povo e não para elites. Mas em nome da expansão não se pode aceitar que estudantes substituam servidores por falta de pessoal. É preciso remunerar melhor os professores e conceder mais bolsas", sugere.

Fernando Pereira dos Santos, presidente da Associação dos Docentes da UFG (Adufg), assinala a importância da expansão que pela qual a universidade vem passando. "Talvez ela só tenha vivido algo parecido em sua origem. Há uma condição bem melhor de trabalho hoje, com laboratórios mais modernos, mais estímulo para pesquisa e extensão." Ele, porém, também tem suas preocupações. "Não está claro que projeto de futuro tem a UFG. Precisamos nos perguntar que tipo de universidade precisamos. Estamos crescendo, mas sem essa visão de longo prazo."

Verbas

Não há quem discorde que desde 2007, quando o Reuni começou a ser implementação, a UFG respira outros ares. "É um momento muito favorável", enfatiza o pró-reitor Orlando do Amaral. "Ampliamos as vagas, contratamos professores e técnicos." Apenas para a UFG, a previsão de repasse de verbas para investimento no período entre 2007 e 2012 chega a R\$ 90 milhões, recursos investidos na abertura de 29 cursos, 22 turmas, contratação de 480 professores, de 300 funcionários. O Sindicato dos servidores da Federal (Sint-UFG) comemora a nova fase, mas apresenta suas demandas. "Os salários melhoraram muito e o quadro de funcionários foi reforçado, mas teríamos de abrir pelo menos 900 novas vagas para suprir todas as lacunas", calcula o presidente do sindicato, João Pires Júnior. O estudante Pablo admite que a UFG vive o melhor momento de sua história, mas pede atenção para os rumos que a universidade tomará daqui em diante. "Os índices que a Federal

apresenta ainda estão abaixo do que a gente poderia esperar da principal universidade de Goiás. É preciso melhorar a qualidade."

Anexo 2 – O POPULAR, 13 de dezembro de 2010b

Metas para o futuro

Com mais dinheiro em caixa, UFG busca agora melhor avaliação em seus cursos e ampliação de sua presença no Estado

Rogério Borges

13 de dezembro de 2010 (segunda-feira)



A UFG chega aos 50 anos com pontos fortes e fracos. O reitor Edward Madureira admite que é preciso melhorar a avaliação de diversos cursos, reforçar o desempenho de programas de pós-graduação, dar maior atenção aos câmpus do interior. "Percebo um vazio nas Regiões Nordeste e Norte do Estado e no Entorno de Brasília. Ali falta a presença do ensino superior, com uma nova universidade ou novos câmpus da UFG."

Há ainda a demanda antiga da criação de uma instituição federal de ensino autônoma no Sul de Goiás, com sede em Catalão. A segurança no Câmpus 2 também começa a preocupar. É a conta a pagar pelo crescimento. Uma expansão cada vez mais acelerada.

Apenas no Câmpus 2, há 10 obras em andamento. A UFG inaugurou seu Centro de Eventos e acaba de reabrir um espaço cultural na Praça Universitária. Há poucos dias, foi entregue a reforma completa das instalações de seu parque gráfico. Ambiente bem distinto de um passado com greves longuíssimas.

"A UFG vive um período de construção de muitos prédios, alguns faraônicos, mas não há uma discussão mais profunda sobre o papel da universidade pública", ressalta Pablo Salvador, do DCE da UFG. "A expansão não está muito qualificada e isso nos assusta." Para o reitor, o que está ocorrendo é o fortalecimento da instituição. "A UFG está dando mais respostas à sociedade. É difícil para um governante atacar algo que está cumprindo bem o seu papel."

Segundo ele, nos anos 1990, quando a universidade passou por um processo de sucateamento, a situação era bem pior que hoje. O corpo docente era menos qualificado, havia menos pesquisas em andamento e os projetos de extensão não eram tão amplos. "Isso mudou. Acredito que hoje a sociedade como um todo defende a UFG."

Qualificação

Fernando Pereira, presidente da Adufg, acrescenta que quase 90% do corpo docente da Federal já é composto por mestres e doutores. "O nível de ensino não me preocupa porque o Brasil hoje forma muita gente qualificada. Nós temos cerca de 900 projetos de extensão cadastrados e há maior estímulo para que os professores publiquem o resultado de suas pesquisas."

Hoje há 20 doutorados e 37 mestrados na instituição. A UFG estima que terá, em 2013, 51 programas de mestrado e 30 de doutorado. A meta é que o número de publicações atinja 6 mil neste prazo, com mais de 350 grupos de pesquisa. E é neste ponto que se situa uma das maiores tarefas a cumprir da instituição. Mestrados são avaliados pela Capes, órgão que fiscaliza e rege as pós-graduações brasileiras, com notas que vão de 1 a 5. Os doutorados são avaliados com notas de 1 a 7.

Os programas que obtêm a nota máxima são vistos como de nível internacional. Atualmente, a UFG tem 5 doutorados com nota 5, que já é considerada alta. A atual administração não esconde a meta de elevar pelo menos alguns deles à nota 6 nos próximos anos. Na vanguarda das pesquisas estão as áreas de saúde e ecologia. As pós dos cursos de Ciências Agronômicas também são bem avaliados, mas a intenção é melhorá-las ainda mais.

Uma maior eficiência na gestão dos recursos da universidade é outro tema que exige cuidado e debate. Hoje, 80% da verba da UFG é destinada para o pagamento de salários e benefícios. Os outros 20% são empregados no custeio da instituição. "Historicamente, esses números são favoráveis. Já houve tempo em que os salários consumiam mais de 90% da verba", observa Orlando do Amaral, pró-reitor de Finanças e Administração.

"No caso de uma universidade federal, é inevitável que a folha de pagamento seja a maior despesa da instituição", alega ele. Isso não quer dizer que todos estejam satisfeitos com seus ganhos. João Pires Júnior, do Sint-UFG, reclama que o salário inicial para servidores com nível médio é de R\$ 1.600 e para os de nível superior, de R\$ 2.600. "É um ganho que desestimula quem está no serviço público e em quem quer entrar nele."

João diz que esse problema afeta a sociedade diretamente. "Nos últimos anos, o Hospital das Clínicas fechou leitos por falta de pessoal suficiente." Um desafio para o novo hospital universitário, que vai dobrar o número de leitos da atual unidade até o final de 2012, quando for inaugurado. Em 2005, porém, os funcionários foram beneficiados com um novo plano de carreira da instituição, que estimulou a qualificação e aumentou os ganhos salariais.

Outra acusação que sempre foi recorrente à UFG era a de ser elitista, recebendo, em sua maioria, alunos oriundos de escolas particulares, já que estariam mais preparados para passar no vestibular mais difícil do Estado. Isso tem mudado com a adoção de cotas e de outros processos seletivos,

como o Enem. "Somos favoráveis às cotas porque elas democratizam o acesso à universidade a quem vem da escola pública", argumenta Pablo Salvador, do DCE.

"Antes, os negros que havia na Federal vinham de outros países em intercâmbios. Agora eles são do Garavelo, do Jardim Liberdade. Isso é muito bom", comemora. As lutas continuam para a adoção do passe livre dos estudantes no transporte coletivo e para a extinção das taxas do vestibular. "Cobrar R\$ 110 pela inscrição é um absurdo. Há pessoas que têm condições de passar no vestibular, mas que não têm condições de pagar a taxa. A UFG já tem condições de retirar esse custo dos estudantes."

NÚMEROS

A UFG tem hoje:

21 mil alunos

2 mil professores

2,8 mil funcionários

R\$ 600 milhões é a previsão de orçamento da UFG para 2011

Anexo 3 – O POPULAR, 28 de abril de 2011

Ensino superior

Evento na UFG atrai 25 mil estudantes

Patrícia Drummond

28 de abril de 2011 (quinta-feira)

Wildes Barbosa



Jovens curiosos e animados com a escolha da profissão. Brilho nos olhos, ouvidos atentos à cada explicação sobre os cursos de graduação, a rotina universitária e o mercado de trabalho. Entre uma atividade e outra, rodinhas de conversa, sorrisos e brincadeiras. Quem esteve ontem à tarde no Câmpus 2 da Universidade Federal de Goiás (UFG), conferiu de perto essa cena, que deverá se repetir hoje, durante a edição 2011 do Espaço das Profissões, evento promovido pela instituição para aproximar os estudantes da carreira a ser escolhida.

"É a primeira vez que a gente vem. E estamos achando ótimo", afirmou Joelma Antônio Pereira, de 16 anos, aluna do 3º ano no Colégio Militar Hugo de Carvalho Ramos, em nome do grupo que, com ela, visitava a sala interativa do curso de Arquitetura e Urbanismo, na Faculdade de Artes Visuais. "Essa visita só está servindo para confirmar a minha opção pelo curso de Arquitetura", completou o colega de Joelma, Walysson Moreira, também de 16 anos.

Segundo a UFG, inscreveram-se, este ano, para o Espaço das Profissões, 180 instituições de ensino, tanto da capital quanto de cidades do interior do Estado, das quais 95 são públicas, 78 particulares e 7 conveniadas. São esperados, nos dois dias de evento, mais de 25 mil estudantes.

As atividades oferecidas visam mostrar um pouco da rotina universitária, os projetos e as pesquisas desenvolvidas na universidade, e promover a interação dos visitantes com professores e alunos da instituição. Além das salas interativas, também estão sendo realizadas minipalestras sobre os cursos, com duração média de 30 minutos. Para facilitar o acesso, é possível assisti-las em todos os turnos (manhã, tarde e noite), conforme a programação, disponível no endereço eletrônico www.vestibular.ufg.br/2011/ep/.

Anexo 4 – O POPULAR, 21 de maio de 2012

UFG

Obras provocam transtornos

Estudantes e funcionários reclamam da falta de vagas para estacionamento. Universidade passa por ampliação dos campus

Malu Longo

21 de maio de 2012 (segunda-feira)



Grande número de obras tem causado transtorno na UFG

Maior instituição de ensino superior do Estado, a Universidade Federal de Goiás (UFG) vive o maior crescimento físico e acadêmico de sua história, uma expansão gerada pelo Programa de Apoio ao Plano de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni). Neste momento, cerca de 60 obras estão em andamento em suas unidades espalhadas por Goiânia, Jataí, Catalão e cidade de Goiás, mais da metade delas no Câmpus Samambaia, região norte da capital. Também conhecida como Câmpus 2, a área abriga uma movimentação incomum de operários e material de construção, situação que tem causado desconforto a alunos e professores. Como efeito colateral do crescimento, estudantes e funcionários reclamam da bagunça pelas obras em andamento e, principalmente, da falta de vagas para estacionar, cujas áreas estão sendo tomadas pelos novos prédios.

Com o Reuni, a UFG salta de 15 mil alunos em 2007 para 25 mil alunos este ano. Em contrapartida, a área construída vai dobrar, saindo de 207 mil m² para mais de 400 mil m². Os benefícios do Reuni alcançam todas as instituições federais de ensino superior do País, mas o aquecimento do mercado de construção civil está refletindo no programa que tem um calendário a cumprir até o final deste ano. Sem mão de obra suficiente e com custo elevado, as construções atrasaram. Com a retomada do ano letivo, o ritmo acelerado das obras começou a ser sentido pela comunidade universitária. Além da facilidade que a população encontra hoje para comprar um carro, o fato do Câmpus 2 ser distante da

região central da cidade desestimula os alunos e funcionários a adotarem o transporte coletivo para chegar ao local.

Acadêmica de Arquitetura há um ano, Isabela Borba Rezende, que costuma se encontrar com seus professores no Centro de Aulas Caraíba, no Câmpus Samambaia, acredita que o trabalho está mal planejado. “Não temos onde deixar os carros. Os estacionamentos estão tomados de material de construção. Por que não fazer por etapas, abrir um e fechar outro?”, questiona. O prédio onde Isabela estuda integra o que a UFG já chama de Quadra do Reuni. São novas construções que surgiram com os recursos proporcionados pelo programa, algo em torno de R\$ 58 milhões, mas que receberam acréscimo de pelo menos R\$ 40 milhões. Ele está em frente ao estacionamento da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (Facomb), que foi fechado em outubro para ampliação.

TRÁFEGO

Universitários e demais frequentadores da UFG, como fornecedores, estão enfrentando problemas de tráfego exatamente neste ponto. Além do impedimento de estacionar no fundo do prédio da Facomb, o número de obras nas imediações é grande. “Hoje está tumultuado porque os estacionamentos não estão prontos”, se defende o arquiteto Marco Antônio de Oliveira, diretor do Centro de Gestão do Espaço Físico (Cegef) da UFG, responsável pela fiscalização das obras. Ele acredita, entretanto, que mesmo que o número de vagas de estacionamento dobre, como está previsto, passando para mais de 2 mil vagas, não será suficiente para atender a demanda. “Todos querem estacionar mais perto dos prédios e de preferência na sombra”, afirma.

O diretor do Cegef explica que as cerca de 500 vagas de estacionamento do Centro de Cultura e Eventos Ricardo Bufaiçal ficam praticamente vazias durante a maior do tempo, mas os estudantes não querem andar. “Há passarelas cobertas ligando todos os prédios, até a Educação Física.” Perto dali, diante dos antigos prédios do Instituto de Ciências Biológicas (ICB) também costumam sobrar vagas, embora parte do estacionamento esteja abrigando novas construções. Estudante de Química, Gabriela Fogaça foge à regra. Nos dias que precisa assistir aulas no Centro Baru, na Quadra Reuni, costuma deixar seu carro exatamente neste ponto, a 400 metros de distância. “Prefiro assim, porque aqui é muito difícil encontrar vagas”, explica.

Para a empresária Márcia Costa, que precisa ir todos os dias ao Câmpus 2 onde administra lanchonetes, a dificuldade para estacionar está restrita a área da Faculdade de Letras e da Facomb. “Tenho levado mais tempo para encontrar vagas nessa região”, resume. Já a mestrande de Mídia e Cultura, Mariana de Paiva Araújo, que tem aulas na Facomb, reclama do tempo que gasta para estacionar seu veículo. “Não planejaram estacionamentos.”

Marco Antônio de Oliveira ressalta que o crescimento da instituição, a partir de recursos do Reuni, foi definido em conjunto. “Cada unidade definiu a ampliação do número de alunos e do espaço físico.” No Câmpus Samambaia, segundo ele, a maior parte das 37 obras em andamento será entregue até o final deste ano. “A comunidade precisa se conscientizar e colaborar. Estamos vivenciando uma mudança nunca vista na UFG”, afirma o diretor do Cegef.

Anexo 5 – O POPULAR, 20 de junho de 2013a

Ônibus é incendiado na UFG

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Renato Conde



Um ônibus foi queimado ontem à noite dentro do Campus Samambaia, da Universidade Federal de Goiás (UFG) e ficou completamente destruído. De acordo com bombeiros, quando chegaram ao local, não havia nenhuma manifestação e nem sinais de que grupo possa ter ateadado fogo. Fotos com o veículo queimado foram publicadas nas redes sociais ainda ontem. Uma viatura da Polícia Militar esteve no local, mas até o fechamento desta edição não tinha mais informações sobre o que aconteceu no local.

Anexo 6 – O POPULAR, 20 de junho de 2013b

Manifestantes em Goiânia contam porque foram às ruas

Ludmilla Morais

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Wildes Barbosa



Registros do protesto de quinta-feira, 20 de junho, em Goiânia

Marília Noletto



Melhorias no transporte público, na educação, saúde e segurança foram alguns dos temas abordados pelos moradores de Goiânia que na tarde desta quinta-feira (20) caminharam pelas principais avenidas e ruas da capital. A ação ocorreu simultaneamente em outras 100 cidades brasileiras.

Os manifestantes foram para as ruas com cartazes que pediam o fim da corrupção, melhorias na qualidade de vida, investimentos nos serviços públicos e no transporte coletivo. Para o publicitário de 23 anos, Djair Custódio Silva, a motivação principal vem dos acontecimentos recentes que deixaram as pessoas indignadas. “Eu não fui para as ruas apenas por motivos pessoais, mas sim pensando na situação como um todo, no interesse geral da sociedade,” revelou.

Já para o estudante Lucas Machado, 21 anos, a luta não é apenas contra um ou outro partido. “A proposta é uma reforma política geral, atualmente o sistema eleitoral brasileiro favorece a corrupção e nós cansamos disso,” disse.

Segundo a publicitária, Ivi Salles, 23 anos, mesmo não sendo muito engajada sentiu a necessidade de expressar a insatisfação com o governo apoiando a mobilização. “Acredito que esse seja o momento certo, ninguém aceita mais corrupção e esses protestos mostram que agora o país pode ir para frente,” afirmou.

Passeata pacífica

Um dos pontos mais elogiados pelos manifestantes foi a tranquilidade com que tudo ocorreu. O publicitário Djair relatou que foi para as ruas esperando um combate, como vem acontecendo em outras capitais, porém ele se surpreendeu, tanto com as ações da polícia como a dos próprios militantes. “Quando alguém se exaltava muito os demais sentavam no chão e gritavam “sem violência” e logo a pessoa era identificada e a confusão era evitada”, explicou.

A militante Ivi Sales acredita que as orientações em uma página nas redes sociais influenciaram bastante na ação pacífica do grupo. “Não houve nenhum motivo para interferência da Polícia Militar durante o tempo em que eu estava presente na manifestação”, finalizou.

Porém, em alguns momentos, durante a caminhada, pequenos grupos, segundo Lucas Machado, que não representam a maioria, tentaram provocar tumulto. “Eles atearam fogo no meio da Rua 84, mas outro grupo visando evitar a violência apagou rapidamente e não houve necessidade da intervenção policial,” disse.

Anexo 7 – O POPULAR, 20 de junho de 2013c

Manifestação reúne milhares de pessoas em Goiânia

Redação

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Samara Bitencourt



Manoel de Sousa



Diomicio Gomes



Atualizada às 23h26

A região central de Goiânia foi palco do Protesto Contra o Aumento da Passagem, reunindo cerca de 20mil pessoas, de acordo com a Polícia Militar. Os organizadores afirmam que esse número é bem maior, 60mil. Os manifestantes protestavam também contra o mau uso do dinheiro público e mais investimentos em outras áreas, como na saúde e educação.

Antes da manifestação, uma multidão de pessoas tomou conta do ponto de encontro do ato, no cruzamento da Avenida Goiás com a Avenida Anhanguera, ao redor do monumento ao Bandeirante, de onde partiram em marcha.

Outros grupos se concentraram nas Praças Universitária, Botafogo e do Trabalhador, de onde seguiram até o ponto de encontro do maior grupo.

No Campus Samambaia, também foi grande a concentração de estudantes mobilizados. Um grupo deixou o local de ônibus em direção ao centro da capital e avisaram que iriam entrar pela porta dos fundos. Eles gritam palavras de ordem como “o motorista é nosso amigo, o seu patrão que é o inimigo”, “A passagem já baixou, então devolva o dinheiro que roubou”.

Para garantir a segurança, 200 homens da Guarda Municipal estiveram em pontos fixos de Goiânia, como a Prefeitura, Câmara Municipal, secretarias municipais e nos parques públicos, fardados com

uma tarja branca no braço para simbolizar a paz durante a manifestação. O governo disponibilizou cerca de 4mil policiais e cavalaria para acompanhar o movimento.

Cerca de 10 mil rosas brancas e diversos cartazes em favor de uma manifestação pacífica e sem violência também foram distribuídos pelos policiais.

A manifestação tomou conta do centro de Goiânia. O grupo seguiu na Avenida Goiás, passando pelas avenidas Paranaíba, Tocantins, 84 e 85 e pelas praças Cívica e do Cruzeiro e também pelo Palácio dos Governantes. Manifestantes passaram com faixas e cartazes e gritavam palavras de ordem e em alguns pediam a saída do Governador Marconi Perillo.

Alguns atos de vandalismo foram registrados quando a passeata passou pela Avenida Tocantins. Um pequeno grupo de manifestantes chutou portas de lojas, rasgou sacos de lixo e depredaram pontos de ônibus, indo contra o que é recomendado pelos organizadores do evento.

O protesto seguia pacífico e os policiais acompanhavam o grupo de perto. Alguns manifestantes se dirigiram rumo à Assembleia Legislativa, onde houve confronto com policiais.

Os manifestantes tentaram invadir a ALEGO e jogaram bombas e coquetéis molotov nos policiais, gerando um princípio de tumulto. O batalhão de choque e cavalaria conseguiram evitar a invasão e dispersaram o grupo.

Anexo 8 – O POPULAR, 20 de junho de 2013d

Estudantes mantêm protesto para hoje

Alfredo Mergulhão

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

“É uma vitória nossa. Estamos nos sentindo orgulhosos porque sabemos que o preço da passagem de ônibus não reduziria sem os protestos”. A afirmação é de um estudante que integra a Frente de Lutas Goiás, movimento social que encabeçou as manifestações contra o aumento da tarifa do transporte coletivo na Região Metropolitana de Goiânia. De acordo o jovem – que não revela o nome com o argumento de que o grupo não tem líderes – a mobilização de hoje segue normalmente, pois existem outras reivindicações.

Com o acerto entre a Prefeitura de Goiânia e o governo estadual de fixar novamente o valor da passagem em R\$ 2,70, novas demandas entram na pauta do movimento. “Ainda queremos a revisão do contrato com as empresas de ônibus e o ressarcimento pelas duas semanas em que vigorou o aumento”, afirma uma integrante da Frente de Lutas Goiás. Para o movimento, os usuários do transporte público devem ser ressarcidos por meio da tarifa zero durante esse prazo.

A estudante pontua outras reivindicações que serão cobradas no ato público de hoje: uma vaga na Câmara Deliberativa de Transporte Coletivo (CDTC) para “participação popular”, que suas reuniões sejam públicas e abertas, que as planilhas de custos e lucros das empresas sejam publicizadas, assim como os estudos que fundamentaram o preço atual e os aumentos dos últimos seis anos.

Os membros da Frente de Lutas Goiás estiveram reunidos ontem a tarde no Instituto Federal de Goiás (IFG). Eles ressaltaram que a intenção do movimento não é enfrentar a PM, mas sim discutir políticas públicas no espaço urbano. Mas se houver enfrentamento, terão de encarar. “Não vamos alegres para passeata. Não é momento de festa”, disse um deles.

A mobilização do grupo começará espalhada por vários pontos da capital. Parte sairá do IFG, e outros da Universidade Federal de Goiás (UFG), do Instituto Educação de Goiás (IEG) e de escolas secundaristas. Todos se encontrarão na Praça do Bandeirante. O percurso da manifestação não foi revelado. Antes do protesto, a Frente de Lutas Goiás terá um compromisso no Palácio das Esmeraldas. Eles disseram ter recebido um convite para reunião com representantes do governo estadual. A reportagem não conseguiu confirmar a informação com a assessoria do governo.

Anexo 9 – O POPULAR, 20 de junho de 2013e

Comportamento

Os donos da rua

Alguns mais engajados e outros nem tanto, jovens que prometem participar do novo protesto hoje em Goiânia têm um sonho em comum: um país melhor

Bruno Félix e Renata Santos

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Cristina Cabral



Iago Montalvão, estudante de História e participante ativo dos últimos protestos: “Tenho uma ideologia revolucionária”

Nos últimos dias, o Brasil tem testemunhado um movimento que há muito tempo não se via igual no País, desde a marcha dos cara-pintadas, em 1992, que mobilizou estudantes do País inteiro pelo impeachment do então presidente Fernando Collor. Jovens tomam conta das ruas de várias cidades brasileiras de Norte a Sul do País em enormes manifestações, que começaram como um protesto contra o aumento das passagens e agora assumem outras bandeiras, como o fim da corrupção.

Em Goiânia, eles prometem nova mobilização hoje, às 17 horas. No Facebook, o convite para o protesto já tem mais de 60 mil presenças confirmadas. Outras 12 mil pessoas disseram que talvez participarão.

Mas quem são estes jovens e o que os motiva? Um deles é Iago Montalvão, 20 anos, estudante de História na Universidade Federal de Goiás (UFG), atualmente envolvido num projeto de pesquisa sobre a Revolução Cubana, e um dos coordenadores gerais do DCE da UFG. De cabelo longo e adepto das camisetas com a foto de Che Guevara, um dos líderes da Revolução Cubana (1953-1959), ele diz que nasceu com “política na veia” – é filho de Romualdo Pessoa, ex-líder estudantil, militante do PCdoB por vários anos e hoje professor do Instituto de Estudos Socioambientais da UFG. Desde criança, Iago acompanhava os pais em reuniões políticas e, já no ensino médio, era participante ativo do grêmio estudantil da escola. Ele conta que, além da influência familiar, sua motivação cotidiana é a vontade de mudança.

“Tenho uma ideologia revolucionária de transformar a sociedade e acredito que essa participação ativa contribui para isso. Estou indo para as ruas porque o transporte público em Goiânia e nas outras cidades brasileiras não corresponde aos anseios mínimos dos usuários. A forma com que ele é mercantilizado fere a cidadania, afinal o direito de ir e vir é básico”, explica.

Embora a luta principal seja contra o aumento da tarifa, Iago e o grupo de manifestantes defendem a gratuidade do transporte público para os estudantes. “Como o estudante vai estudar se ele tem de pagar para se locomover?”, questiona.

Participante ativo dos últimos protestos que foram realizados em Goiânia, segundo ele, as manifestações começaram como uma mobilização de jovens universitários e estudantes secundaristas, pertencentes à classe média e com um bom nível de politização. Com o amplo apoio que os protestos têm recebido, o perfil dos integrantes está mudando, observa.

“Acho que veremos desde o ‘burguês’ que reclama da alta do imposto que eleva o preço do videogame ao jovem da periferia e o cara que requer o cancelamento da Copa do Mundo”, diz.

Compartilhando com o filho Iago o desejo por mudanças, o professor Romualdo Pessoa avalia que essa onda de protestos dá vazão a algo há muito represado. “Há uns dois, três anos o jovem brasileiro tem acompanhado rebeliões que acontecem no mundo, na Europa, nos Estados Unidos e recentemente na Turquia e agora ele vai para as ruas no Brasil movido também por essa insatisfação”, comenta.

CARTAZES

Quem também estará presente na manifestação é a jornalista e mestranda Luana Silva Borges, 25 anos. Ela afirma que não faz parte de nenhum movimento, mas que irá lutar por um país melhor. Luana e mais quatro amigos colaram cartazes em pontos de ônibus convidando a população para o protesto.

“Estamos cansados da roubalheira, de não ter escola e hospitais de qualidade. Estamos mostrando que existimos e queremos ser ouvidos. Não estamos nas ruas para quebrar, para fazer vandalismo, e sim, para expor nosso descontentamento. Já deu”, ressalta ela.

“Vivemos em uma cidade cheia de pressões diárias, de compromissos que precisam ser cumpridos, onde tudo é muito caro, são pessoas se esmagando nos terminais, lutando para entrar nos ônibus, caindo, se machucando e pagando por algo que não corresponde”, completa.

Já Thalys Augusto, 20 anos, também estudante universitária e que participou dos outros cinco protestos em Goiânia, observa que, devido à onda de manifestações que vêm ocorrendo no Brasil, várias pessoas passaram a se interessar pela causa. “Existe insatisfação por muita coisa. São pautas genéricas e pouco politizadas, como corrupção. A nossa é o transporte. A ideia é que não tenha aumento de 15 centavos. Queremos saber por que estamos pagando tão caro, se não temos qualidade.”

Segundo ele, as ações violentas, mesmo sendo ilegais, mostram a insatisfação das pessoas, porém o jovem diz que não acha correto o vandalismo, como o que ocorreu na Praça da Bíblia e no Terminal Padre Pelágio. “É algo muito grande, muito bom, mas, ao mesmo tempo, espantoso. O pessoal está mobilizado, seja no trabalho, nas escolas ou mesmo nas igrejas”, afirma. “Acredito que pessoas organizadas podem modificar as coisas e podem lutar pelos seus direitos.”

Anexo 10 – O POPULAR, 20 de junho de 2013f

“Nunca estivemos dormindo”

Rogério Borges

20 de junho de 2013 (quinta-feira)

Manifestações

Mesmo com motivações diferentes, jovens se mobilizam para manifestação

Veterana em mobilizações sociais, a advogada Michele Coutinho, 31 anos, vai para a rua protestar desde que fazia ensino médio e acompanha de perto há mais de 15 anos os movimentos que buscam melhorias no transporte público, estopim da atual onda de protestos em várias cidades do País. “Está havendo alguma confusão, até mesmo na cobertura da mídia, sobre o motivo dessas manifestações”, adverte ela.

“A mobilização de amanhã (hoje) tem como foco central a questão do transporte coletivo em Goiânia. Esta é uma luta de muitos anos e que já teve vários nomes, como Movimento Passe Livre e Pula Catraca. Ele é fruto de debates, de reuniões constantes. Quando dizem que nesses protestos o ‘Brasil Acordou’, isso é um equívoco. Nós, dos movimentos sociais, nunca estivemos dormindo, nunca saímos da rua”, alega.

Para Michele, muitas das pautas de reivindicação que foram se juntando aos protestos são legítimas, como o pedido de melhoria na saúde e na educação e o movimento contrário à aprovação da PEC 37, que tira poderes de investigação do Ministério Público, mas ela faz um alerta. “Há aí o perigo de acontecer manipulações políticas, sobretudo de setores conservadores que querem usar os protestos para promover um discurso golpista. Esta história, por exemplo, de Fora Dilma, que tem se disseminado em redes sociais, não tem nada a ver com o verdadeiro propósito do movimento, que é reivindicar melhorias para o transporte.”

Ela se mostra preocupada com as adesões de última hora. “Tem muita gente que nunca foi a uma manifestação e chegam a me perguntar com que roupa devem ir. Vão com a roupa que quiserem, a questão não é essa.”

MAIS APOIO

Michele, que já participou da organização de outras manifestações, como a Marcha das Vadias, acredita que os protestos de hoje devem reunir cerca de 70 mil pessoas nas ruas de Goiânia. Ela concorda que as mobilizações de agora estão diferentes das anteriores e não só pelo número maior de participantes.

“Estamos acostumados a ter alguns companheiros detidos ou apreendidos. Agora um grupo de advogados se propôs a dar assessoria jurídica para acelerar a liberação do pessoal nas delegacias. Isso nunca havia acontecido antes, é algo inédito. Onde estava esse pessoal antes?”, questiona.

A ativista reforça que o movimento não tem uma liderança. “Ele é horizontal e apartidário. Não tem dinheiro de sindicato, de entidade.” Para ela, a grande adesão é fruto de um descontentamento generalizado. “Mas é preciso manter o foco para não corrermos o risco de ser manipulados.”

Memórias do desenvolvimento humano

Comunidade universitária e sociedade ganham crescimento juntos, na medida em que a UFG caminha para os 50 anos. O compromisso de promover ações benéficas se consolidou com o desenvolvimento de uma das áreas que a universidade leva para o futuro



Política de Vozes

Quando a Universidade Federal de Goiás nasceu, em meio a uma realidade de exclusão e ausência econômica e social, a UFG nasceu para ser diferente. Desde o início, a universidade se comprometeu com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade. Essa missão é refletida na política de voz da UFG, que busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

Essa missão é refletida na política de voz da UFG, que busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã. A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz.

A missão da UFG é promover o desenvolvimento humano e social, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

Além disso, a UFG também promove ações benéficas para a sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.

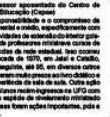
A UFG tem se comprometido com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade, refletindo essa missão em sua política de voz. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.



Confira os depoimentos de membros da comitê



Denise Faria Campos – Professora aposentada do Centro de Direito e Ciências Jurídicas e Sociais. Ela destaca a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



Nelson Gomes da Silva Filho – Professor de Direito. Ele fala sobre a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



Angélica Lima – Professora da Faculdade de Ciências e Letras. Ela destaca a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



Daniel de Almeida – Aluno de Direito. Ele fala sobre a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.

Unidade universitária sobre os 50 anos da UFG

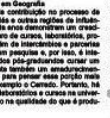
A UFG comemora 50 anos de fundação em 2011. A universidade busca garantir que todos tenham acesso à educação superior e que a universidade seja um espaço de diálogo e participação cidadã.



Nathália Barcelos – Aluna de Direito. Ela fala sobre a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



Daniel de Almeida – Aluno de Direito. Ele fala sobre a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



Daniel de Almeida – Aluno de Direito. Ele fala sobre a importância da UFG para a sociedade e o compromisso da universidade com a promoção da justiça social e a transformação da sociedade.



www.ufg.br

ANEXO 13 – JORNAL UFG, maio de 2011, p. 4-5



Espaço das descobertas

Terceira edição do Espaço das Profissões foi o cenário para que jovens acadêmicos de todo o estado lançassem um olhar sobre novas rotinas e posturas estudantis.

Sob o lema "A vida é um processo", o Espaço das Profissões, terceira edição, aconteceu no dia 24 de maio, no auditório da Faculdade de Engenharia de Física da Universidade Federal de Goiás (UFG). O evento reuniu mais de 100 profissionais de diversas áreas para compartilhar suas experiências e orientar os estudantes sobre as possibilidades de carreira e o mercado de trabalho.

Entre os palestrantes, estavam o engenheiro de software, o médico, o advogado, o jornalista, o arquiteto, o engenheiro de produção, o engenheiro de controle e automação, o engenheiro de sistemas de energia, o engenheiro de materiais, o engenheiro de química, o engenheiro de alimentos, o engenheiro de mineração, o engenheiro de petróleo, o engenheiro de transporte, o engenheiro de segurança, o engenheiro de saúde pública, o engenheiro de turismo, o engenheiro de gestão de projetos, o engenheiro de gestão de qualidade, o engenheiro de gestão de risco, o engenheiro de gestão de processos, o engenheiro de gestão de pessoas, o engenheiro de gestão de tecnologia, o engenheiro de gestão de inovação, o engenheiro de gestão de sustentabilidade, o engenheiro de gestão de responsabilidade social, o engenheiro de gestão de ética, o engenheiro de gestão de compliance, o engenheiro de gestão de segurança da informação, o engenheiro de gestão de segurança física, o engenheiro de gestão de segurança operacional, o engenheiro de gestão de segurança ambiental, o engenheiro de gestão de segurança patrimonial, o engenheiro de gestão de segurança pública, o engenheiro de gestão de segurança nacional, o engenheiro de gestão de segurança internacional, o engenheiro de gestão de segurança global, o engenheiro de gestão de segurança universal.



Isabela Barreto, Mariana Guimarães e Ana Carolina. Participantes do Espaço das Profissões.

Além de palestras, o Espaço das Profissões ofereceu um espaço de networking, onde os estudantes puderam conversar diretamente com os profissionais. O evento foi muito bem recebido pelos acadêmicos, que aproveitaram para tirar dúvidas e conhecer mais sobre as diferentes áreas de atuação.

O Espaço das Profissões é uma iniciativa da UFG, que visa proporcionar aos estudantes um contato direto com o mercado de trabalho e ajudá-los a definir sua carreira. O evento é realizado anualmente e conta com a participação de diversos profissionais de diversas áreas.

Em sua apresentação, o engenheiro de software, Roberto de Souza, destacou a importância de estar sempre atualizado em relação às novas tecnologias e ferramentas do mercado. Ele ressaltou que a capacidade de aprender e se adaptar é fundamental para o sucesso profissional.

O engenheiro de controle e automação, João Carlos, falou sobre a importância de ter uma boa base teórica e prática. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de sistemas de energia, Carlos Eduardo, falou sobre a importância de ter uma boa comunicação e capacidade de negociação. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar sob pressão e cumprir prazos é fundamental para o sucesso profissional.

O engenheiro de materiais, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de projetos, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de organização e planejamento. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de qualidade, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de risco, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de processos, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de pessoas, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de comunicação e negociação. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de tecnologia, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de inovação, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de sustentabilidade, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

Confira a opinião de quem veio ao Câmpus Samambaia

O estudante de Engenharia de Física, Roberto de Souza, destacou a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de controle e automação, João Carlos, falou sobre a importância de ter uma boa base teórica e prática. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de sistemas de energia, Carlos Eduardo, falou sobre a importância de ter uma boa comunicação e capacidade de negociação. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar sob pressão e cumprir prazos é fundamental para o sucesso profissional.

O engenheiro de materiais, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de projetos, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de organização e planejamento. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

O engenheiro de gestão de qualidade, Roberto de Souza, falou sobre a importância de ter uma boa capacidade de análise e resolução de problemas. Ele ressaltou que a capacidade de trabalhar em equipe e resolver problemas complexos é essencial para o sucesso profissional.

ANEXO 15 – JORNAL UFG, julho de 2013a, p.1

Jornal UFG

Impressão:
Espeleto
W122987-0750
UFG
CORREIOS

PUBLICAÇÃO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - ANO VIII - Nº 60 - JULHO DE 2013

O que faremos depois?

De brasileiros comparemos novamente as ruas das grandes cidades brasileiras nos últimos meses, a sensação de outros momentos históricos, revelando um profundo descontentamento com o mundo da política nacional e o desrespeito aos direitos básicos dos cidadãos. Continuamos imersos na intensa clamor popular que tomou conta das ruas, ainda tentando compreender as significativas formas de participação social. Confira nessa edição uma reportagem com análises das mobilizações elaboradas por estudantes e professores da UFG. p. 6 e 7

Colaboração com Maria Helena de Moraes Neves sobre como a genética funciona na prática p.3

Centros acadêmicos configuram-se como espaços de diálogo e questionamentos dos estudantes p. 8 e 9

Conheça mais sobre os transtornos alimentares e os projetos para a redução alimentar nas escolas p. 10 e 11

ANEXO 17 – JORNAL UFG, julho de 2013c, p. 8-9

Movimentos estudantis do passado e do presente

Os movimentos populares que transcorrem ao longo do desenvolvimento brasileiro são sempre de grande importância. Em 2013, representaram a vontade da sociedade brasileira de mudança e de renovação. O movimento estudantil foi um dos segmentos da sociedade que mais contribuiu no encaminhamento da agenda brasileira nos últimos anos. Entre os anos de 1954 e 1964, ele foi o motor do Brasil Moderno dos Estudantes (MBE) e, posteriormente, do Conselho dos Alunos Estudantes do Movimento Estudantil do Centro de Educação de Letras (CAEL) e do Conselho Nacional de Estudantes (CNE).



Em 1954, o movimento estudantil brasileiro se organiza em torno do MBE. A UFG participa do movimento estudantil brasileiro em 1954 e 1964, sob o comando do MBE e do CAEL.

Sin doslagos, professor Rômulo Pinto Junior, em assembleia no auditório do antigo Instituto de Ciências Humanas e Letras em 1961, durante período de greve.

O maior objetivo que os estudantes têm é a melhoria da qualidade de ensino. A luta por melhores condições de trabalho e de estudo é uma constante. A organização e a mobilização dos estudantes são fundamentais para a conquista de melhores condições de ensino e de estudo. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

Em que medida o ensino superior é capaz de preparar o cidadão para a cidadania? O movimento estudantil passou por um período de transformação. Desde a década de 1950, o movimento estudantil brasileiro passou por um processo de transformação. O movimento estudantil brasileiro passou por um processo de transformação. O movimento estudantil brasileiro passou por um processo de transformação. O movimento estudantil brasileiro passou por um processo de transformação.

Centros acadêmicos se firmam como espaços de diálogo

Em tempos de incertezas acadêmicas, os Centros Acadêmicos se firmam como espaços de diálogo e de organização dos estudantes. Eles são espaços de encontro e de troca de ideias, onde os estudantes podem discutir e debater questões acadêmicas e políticas.



Reunião do Centro Acadêmico de História em um dos seus espaços de diálogo.



Alunos do Centro Acadêmico de História em uma reunião no Campus de Pádua, no Centro de Educação de Letras.



Um dos espaços do Centro Acadêmico de História em um dos seus espaços de diálogo.

Os Centros Acadêmicos são espaços de diálogo e de organização dos estudantes. Eles são espaços de encontro e de troca de ideias, onde os estudantes podem discutir e debater questões acadêmicas e políticas. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

A atual gestão do Centro, que iniciou suas atividades em 2013, tem como prioridade a melhoria da qualidade do ensino e da pesquisa. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.

O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira. O movimento estudantil brasileiro tem sido um dos principais agentes de mudança na sociedade brasileira.