

UM GÊNERO DO JORNALISMO: A COLUNA DO OMBUDSMAN

Marília Giselda RODRIGUES⁶⁸

Resumo: Neste artigo⁶⁹, apresento um estudo do gênero discursivo coluna do ombudsman, a partir dos pressupostos da Análise do Discurso de linha francesa, em que têm destaque os conceitos de *ethos* e cenografia (MAINGUENEAU, 1997; 2001; 2005). A análise de sequências discursivas da coluna do ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, a partir desses conceitos e também com base nas reflexões de Foucault (2006) sobre a questão da autoria, possibilitou entender as coerções genéricas e as maneiras pelas quais a coluna do ombudsman consolida um espaço da democracia no jornal.

Palavras-chave: Gêneros. Jornalismo. *Ethos*. Cenografia. Autoria.

Abstract: *This paper brings a study about discursive genre ombudsman column, under the perspective of the French Discourse Analysis based on concepts of ethos and scenography (MAINGUENEAU, 1997; 2001; 2005). The analysis of the ombudsman column of the newspaper Folha de S. Paulo, from these concepts and also based on Foucault (2006) and his thoughts about authorship, made it possible to understand the genre restraining and the ways from which ombudsman column consolidates a democracy space at the journal.*

Keywords: *Genres. Journalism. Ethos. Scenography. Authorship.*

⁶⁸ Doutora em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem pela PUCSP. Docente permanente do Programa de Mestrado em Linguística da Universidade de Franca - SP (UNIFRAN) e dos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda dessa mesma instituição. E-mail: mariliagiselda@uol.com.br.

⁶⁹ Uma versão preliminar deste texto foi apresentada em comunicação oral no VI SIGET - Simpósio Internacional de Estudos de Gêneros Textuais, realizado em Natal, RN, em agosto de 2011.

Os gêneros textuais e discursivos nas teorias do Jornalismo

Nas teorias da Comunicação e do Jornalismo não são muito numerosos os estudos sobre os gêneros discursivos. A maior parte dos trabalhos, destacando-se dentre os mais expressivos Marques de Melo (1985), Lage (2005) e Medina (2001), tratam dos gêneros textuais, posto que uma concepção discursiva da linguagem praticamente não existe nesse campo.

Marques de Melo (1985) faz uma ampla revisão da literatura disponível sobre gêneros no jornalismo na Europa e na América. Segundo esse pesquisador, o único a se preocupar com gêneros até então havia sido Luiz Beltrão, que classificara os gêneros jornalísticos em três – informativo, interpretativo e opinativo. Porém, diz Marques de Melo que Beltrão obedece ao senso comum que rege a própria atividade profissional, sem se ater à natureza de cada gênero, a qual, para Marques de Melo, está relacionada ao estilo/estrutura e narrativa/técnica de codificação.

Lage (2005) classifica os gêneros dos textos jornalísticos quanto à sua finalidade e diz que, conforme a intenção consciente do produtor, os textos deverão obedecer a determinados padrões. Classifica-os, assim, em textos informativos (portadores de dados, e por sua vez subdivididos em expositivos e narrativos), imperativos (destinados a impor ou convencer), dialéticos (em que opiniões ou interpretações distintas são contrapostas), líricos/dramáticos (em que a linguagem pretende despertar emoções) e cômicos (fundados no *nonsense*, na ambiguidade, na violação não odiosa de interdições culturais).

Medina (2001) parte da concepção de Marques de Melo (1985) para propor o seguinte quadro dos gêneros na comunicação jornalística: gêneros informativos – nota, notícia, reportagem, entrevista, título e chamada; gêneros opinativos (os “totalmente subjetivos”, com opiniões de colaboradores e editores) – editorial, comentário, artigo, resenha, crítica, coluna, carta, crônica; gêneros utilitários ou prestadores de serviço – roteiro, obituário, indicadores, campanhas, ombudsman, educacional (teses ou apostilas); e gêneros ilustrativos ou visuais – gráficos, tabelas, quadros informativos, ilustrações, fotografias e caricaturas. Para Medina, parece, portanto, que é a função social que estabelece as divisões dos gêneros no jornalismo, mas seu estudo também não avança no sentido de entender os gêneros como dispositivos discursivos.

Ainda, em Marques de Melo e Assis (2010) encontramos um quadro atualizado dos gêneros jornalísticos, no qual se mantém a concepção funcional de gêneros e a prevalência da análise de sua estrutura textual. Os gêneros do jornalismo se apresentam, segundo a publicação, reunidos em duas grandes categorias: os gêneros hegemônicos, que compreende o informativo (nota, notícia, reportagem e entrevista) e o opinativo (editorial, artigo, carta e outros); e os gêneros complementares, que reúnem o utilitário (cotação, roteiro etc), o diversional (história humana, história de interesse) e o interpretativo (dossiê, perfil, enquete e cronologia). Vê-se, portanto, que ainda prevalece a dicotomia informação vs. opinião, que um ponto de vista discursivo sobre a questão dos gêneros tenderia a neutralizar.

No entanto, também no campo da Linguística e dos estudos do discurso, as concepções e os estudos sobre gêneros estão longe de produzir consenso. As teorias mais respeitadas no campo parecem todas, de uma forma ou de outra, inspiradas em Bakhtin (1997), tais como as produzidos por Bronckart e outros pesquisadores da Linguística Textual e também, na Análise do Discurso de linha francesa (doravante AD), a concepção de gênero desenvolvida por Maingueneau (1997; 2001), que é a perspectiva tomada neste trabalho.

A proposta de Maingueneau parece bastante oportuna, especificamente, para os questionamentos que se deseja fazer acerca do gênero discursivo coluna do ombudsman em comparação com as demais formas do discurso jornalístico. Ele propõe que, “[...] em lugar de elaborar uma lista impossível dos gêneros do discurso, é melhor nos questionarmos sobre a maneira de conhecer as próprias coerções genéricas” (MAINGUENEAU, 1997, p.35).

A explicitação das condições genéricas não representa uma finalidade para a AD, mas os gêneros constituem coerções que a AD integra em seu trabalho a fim de analisar outras coerções, referentes à formação discursiva a ser estudada. O modo como uma determinada formação discursiva estabelece os gêneros possíveis para si pode ir desde a perfeita concordância até o conflito, e mesmo o caso extremo da subversão de um gênero pressupõe a percepção das coerções genéricas que o envolvem.

A AD não pode também deixar de refletir sobre gênero quando aborda um *corpus*, pois

Em função da formação discursiva na qual se inscreve, o enunciador poderá jogar com estas coerções ou, pelo menos, realizar escolhas significativas entre as múltiplas possibilidades que se lhe oferecem [...] a eficácia da enunciação resulta necessariamente do jogo entre as condições genéricas, o ritual que elas implicam a priori e o que é tecido pela enunciação efetivamente realizada (MAINGUENEAU, 1997, p.39-40).

É, portanto, na maneira como o discurso se relaciona com a cena de sua enunciação, com a *cenografia*, com o *ethos* e com as formas ritualizadas que o organizam, classificam e impõem a sua ordem, que se busca entender as possibilidades de gêneros de discurso, que se configuram como atividades sociais submetidas a um critério de êxito, em que muitas variáveis, de ordens diversas, estão envolvidas.

Uma concepção de gênero ancorada na cena de enunciação

O conceito de gênero de discurso que emprego aqui é o proposto por Maingueneau (2001) que, de modo mais geral, entende gêneros “como dispositivos que só podem aparecer quando certas condições sócio-históricas estão presentes” (MAINGUENEAU, 2001, p.61). O autor recorre a diferentes concepções de gêneros antes de apresentar a sua própria concepção. Primeiramente, distingue essa noção daquela outra de tipos de discursos, já que uma categoria como a de tipologia não é suficiente para diferenciar variados discursos que circulam em determinado setor de atividade. Um dos exemplos é o *talk show*, um gênero do discurso, no interior de um discurso televisivo (tipologia), que por sua vez faz parte de um conjunto mais vasto, o midiático. Portanto, o gênero possui um caráter variável e a tipologia um caráter mais estático. Essa primeira reflexão é, de certa forma, herdeira do conceito de gêneros de discurso desenvolvido por Bakhtin (2000), segundo o qual o gênero é um todo único, formado pelo tema, estrutura composicional e estilo. A estrutura composicional é relativamente estável, ou seja, em dada esfera, os indivíduos possuem um arsenal de gêneros possíveis que se apresentam, no momento da interação, de forma mais ou menos igual, e com alguns gêneros mais maleáveis que outros.

O tipo de discurso está relacionado a um modo de funcionamento social. Quando recebemos um panfleto na rua, por exemplo, devemos ser capazes de determinar a que tipo de discurso pertence para que possamos interpretá-lo. Temos antes que definir se é um discurso religioso, político ou publicitário, por exemplo. Mas mesmo esses diferentes tipos de discurso só fazem sentido em determinada época e cultura.

Considerando que um texto “não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada” (MAINGUENEAU, 1997, p.21), propõe uma abordagem dos gêneros do discurso em que adquirem maior importância o caráter

institucional da enunciação e os papéis atribuídos ao enunciador e aos coenunciadores⁷⁰, pensando a categoria de gênero a partir do conceito de cena da enunciação.

O gênero adquire, portanto, uma concepção em que se destaca seu papel de instância reguladora do discurso, cujos parâmetros coercivos dizem respeito à vasta gama de restrições que caracterizam cada um dos modos de utilização da linguagem em cada sociedade.

Para compreender melhor a reelaboração da categoria de gênero que Maingueneau propõe, é importante considerar a questão da subjetividade enunciativa, já que as instâncias de enunciação (sujeitos) são vistas a partir da consideração do seu lugar social e de suas implicações, ou seja, há uma rede de lugares discursivos nos quais os falantes se inscrevem para enunciar. Não se pode, pois, pensar em nenhuma relação de exterioridade entre os sujeitos e seus discursos.

A cena de enunciação se define em três níveis, sempre interdependentes entre si: a *cena englobante*, a *cena genérica* e a *cenografia*. Vamos nos deter primeiramente na cena englobante e na cena genérica, uma vez que são elas que compõem o *quadro cênico* mais ou menos estável e, portanto, sempre de algum modo dinâmico, que torna possível uma enunciação, atuando como instâncias reguladoras da discursividade.

A cena englobante atribui ao discurso um estatuto pragmático e diz respeito ao tipo de discurso. A cena genérica é a do contrato que diz respeito a um gênero do discurso dentro de um tipo de discurso. Por exemplo, um panfleto (cena genérica) é um gênero do discurso publicitário (cena englobante). Temos então que todo tipo é um agrupamento de gêneros, e todo gênero está relacionado a um tipo, havendo sempre uma relação de complementaridade entre as cenas englobante e genérica, daí seu caráter de instância reguladora, que faz do quadro cênico o “espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido” (MAINGUENEAU, 2001, p.87).

Uma vez estabelecido o quadro cênico como resultante de uma cena englobante e de uma cena genérica, um discurso poderá ainda caracterizar-se por uma *cenografia*, que não é imposta pelo gênero, mas construída pelo próprio texto: um sermão pode ser enunciado por meio de uma cenografia professoral, profética, amigável etc. A cenografia é a cena de fala que o discurso pressupõe para poder ser enunciado e que, por sua vez, numa relação paradoxal,

⁷⁰ Aqueles a quem o discurso se dirige que, no entanto, estando sempre já pressupostos no próprio ato de enunciar, são coenunciadores e não simplesmente enunciatários de um discurso.

deve validar através de sua própria enunciação. A cenografia não é, pois, um quadro, um ambiente, como se o discurso ocorresse em um espaço já construído e independente do discurso, mas aquilo que a enunciação instaura progressivamente como seu próprio dispositivo de fala.

Há gêneros de discurso que se atêm à sua cena genérica, isto é, que não são susceptíveis de permitir cenografias variadas (por exemplo, a lista telefônica, o receituário médico, dentre outros). Outros, ao contrário, exigem escolhas de uma cenografia, como é o caso dos gêneros literários, filosóficos, publicitários e outros.

Entre esses dois extremos, situam-se os gêneros que podem ter cenografias variadas, mas que usualmente mantêm sua cena genérica rotineira. Por exemplo, há a cena genérica rotineira dos manuais universitários, mas o autor de um manual sempre tem a possibilidade de enunciar por meio de uma cenografia que se afasta dessa rotina, formulando seu ensinamento por meio de uma cenografia de romance. Pode parecer muito inusitado o exemplo, mas em língua portuguesa, no campo dos manuais de ensino da Linguística, podemos tomar o caso do célebre manual de introdução à Sociolinguística escrito por Marcos Bagno (1997), “A língua de Eulália – novela sociolinguística” que, como o próprio subtítulo antecipa, ensina as noções introdutórias da teoria por meio de um enredo de ficção que reúne três universitárias em férias no interior de São Paulo, na casa de uma tia que é linguista e que tem uma empregada, Eulália. Ao chegar, as moças julgam preconceituosamente o modo de falar de Eulália, mas, ao término de suas férias, terão compreendido princípios da Linguística e desenvolvido um novo olhar para as variedades não padrão da língua. A cena englobante e a cena genérica desse livro permitem entendê-lo como um manual universitário, mas a cenografia é de novela.

A noção de *ethos*, da Retórica para a AD

Na Retórica, a prova pelo *ethos*, parte da *techné* que o orador deve mobilizar, consiste em causar boa impressão mediante a forma com que se constrói o discurso, em dar uma imagem de si capaz de ganhar a confiança do auditório e alcançar a persuasão. Assim, o *ethos* está ligado à enunciação em si mesma, e não a um saber extradiscursivo sobre o locutor. Em outras palavras, o *ethos* é distinto dos atributos reais de um locutor de carne e ossos. Maingueneau (1997; 2005; 2008) amplia essa noção em um quadro da AD para uma concepção mais “encarnada” do *ethos*, que recobre não apenas a dimensão verbal, mas

também características físicas (corporalidade) e psíquicas (caráter) associadas ao fiador, sempre com base em estereótipos, representações sociais coletivas, que a enunciação pode reforçar ou transformar.

O modo como trabalha a noção de *ethos* se distingue daquela da Retórica, sobretudo, no que diz respeito à enunciação. Na teoria aristotélica o *ethos* é uma escolha do enunciador, à maneira “voluntarista” de um autor dono de seu dizer, que elaboraria o estilo de sua fala em função dos efeitos que pretende produzir sobre seu auditório. Do ponto de vista da AD, diz Maingueneau (1997, p.45), “esses efeitos são impostos não pelo enunciador, mas pela formação discursiva”.

Dessa forma, a questão da adesão é também um reflexo do processo mais geral da adesão de sujeitos a certa posição discursiva (MAINGUENEAU, 2005, p.69). A incorporação – maneira pela qual o leitor se apropria do *ethos* – ultrapassa a simples identificação a um fiador, implicando o acesso do leitor a um “mundo ético”, que está impregnado no fiador, e ao qual ele dá acesso ao leitor por meio da enunciação. Assim, mesmo quando o fiador de um texto não é explicitado, quando há o apagamento do enunciador, o texto o mostra por meio de sua maneira de dizer, inserindo o leitor num mundo instaurado pela cena de enunciação, por uma cenografia, cena construída no e pelo discurso, também com a invocação de cenas validadas, já aceitas e instaladas na memória coletiva. A adesão aos discursos se dá então por um processo que envolve a cena de enunciação, da qual o *ethos* participa, e o conteúdo apresentado.

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, diz Maingueneau (2005, p. 71), não se pode ignorar, entretanto, que o leitor constrói representações do enunciador antes mesmo que ele fale. A essas representações prévias, costuma-se chamar *ethos* pré-discursivo. Ainda que o leitor nada saiba sobre o enunciador, o simples fato de que um texto pertence a um gênero do discurso ou a certo posicionamento ideológico, ou mesmo ao quadro de uma instituição, induz expectativas em termos de *ethos*.

É importante ressaltar que não se trata de considerar essa voz como um “sopro iniciador relacionado à intenção de uma consciência”, mas do tom específico que constitui uma vocalidade que é uma dimensão da identidade de um posicionamento discursivo. Pode-se entender, portanto, essa “voz” como uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser.

Deve-se ainda discernir o *ethos* dito – caracterizado pela referência direta ao enunciador (“eu sou um homem simples”, por exemplo) e/ou pela citação de cenas validadas

em cada cultura –, do mostrado, aquele que decorre do “tom” do enunciado, daquilo que o enunciador diz não de si mesmo, mas daquilo que emana da forma de seu discurso, entendendo ainda que todas essas representações se tecem nos estereótipos próprios de cada cultura, em cada época.

Relacionando o conceito de *ethos* ao de cenografia, Maingueneau formulará um percurso de leitura dos sentidos nos textos:

O leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc., ou mesmo em conteúdos explícitos. Em uma cenografia [...] a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do coenunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge (MAINGUENEAU, 2005, p.77).

A coluna do ombudsman

Explicitados os pressupostos teóricos que norteiam a análise aqui empreendida, buscase relacionar os vários aspectos que podem contribuir para o entendimento do modo de operar de um gênero discursivo tal como a coluna do ombudsman. Primeiramente, cabe perguntar qual a finalidade reconhecida do discurso, em que a determinação clara dessa finalidade é condição para que o coenunciador possa ter um comportamento adequado em relação ao gênero.

A resposta, se levados em consideração apenas os valores socialmente compartilhados pelo jornal e pelos seus leitores, é que a finalidade reconhecida da coluna do ombudsman é ser um espaço de defesa dos interesses dos leitores e de crítica à cobertura dos fatos realizada pelo veículo e pelo conjunto da mídia. Para os leitores, de modo geral, e o fato de haver cartas, e-mails e telefonemas encaminhados por leitores ao jornal pode ser tomado como prova de que essa é a finalidade da coluna ombudsman. E os sentidos, para a maioria dos leitores, na opacidade do discurso, serão mediados por essa condição, reforçada pelo discurso em que o jornal noticia o próprio jornal, conforme o exemplo (1) abaixo:

- (1) Além de atuar como o canal de comunicação entre o leitor e o jornal, função básica do ombudsman, o jornalista Marcelo Beraba, 52, que assume amanhã esse cargo, tem um objetivo mais ambicioso: colaborar para a melhoria da qualidade da Folha, num "momento difícil", que, segundo ele, está sendo vivido pela imprensa em geral (NOVO ombudsman da Folha assume e quer priorizar qualidade. **Folha de S. Paulo**, 4.abril.2004. Caderno Brasil, p.8).

Outra questão é: como se pode caracterizar o estatuto de parceiros legítimos, o estabelecimento dos papéis que enunciador e coenunciador devem assumir, e que saberes, por causa desse estatuto, devem assumir para si?

Dois parceiros são legitimamente instaurados no discurso: ombudsman e leitores, tal como apontado anteriormente. É possível entender os papéis e os saberes estabelecidos por esse estatuto como formadores do que Maingueneau (2005) denomina *ethos* pré-discursivo. No caso do ombudsman, seu papel é o de um leitor privilegiado do jornal, um leitor crítico, ao mesmo tempo um ouvidor, um advogado do leitor, sempre de prontidão para receber suas reclamações e sugestões. Para exercer esse papel, precisa ser um profundo conhecedor do fazer jornalístico, tanto em seus aspectos teóricos quanto práticos, e também um especialista em áreas do conhecimento tão variadas e diversificadas como política, economia, esportes e muitas outras. Em suma, o ombudsman deve ser sujeito competente, sujeito do saber. Mas deve também ser um sujeito investido de poder para defender o leitor diante do jornal. O jornal enfatiza fortemente as qualidades do ombudsman, sempre apresentando seu currículo antes do início de cada mandato, conforme os exemplos (2 a 5) a seguir:

- (2) Mário Magalhães nasceu no Rio de Janeiro na primeira semana de abril de 1964. Formou-se em jornalismo na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ). É jornalista desde 1986. Trabalhou na "Tribuna da Imprensa", em "O Globo" e "O Estado de S. Paulo" antes de ingressar na Folha, em 1991 [...] Entre prêmios e menções honrosas, recebeu duas vezes o Prêmio Folha de Reportagem, duas vezes o Prêmio da Sociedade Interamericana de Imprensa, o Grande Prêmio Esso de Jornalismo, o Prêmio Lorenzo Natali (da União Europeia), o Prêmio Vladimir Herzog, a Medalha Chico Mendes de Direitos Humanos e o Prêmio Direitos Humanos-RS [...] (BIOGRAFIA, **Folha de S. Paulo**, 2008)⁷¹.
- (3) Marcelo Beraba é formado em jornalismo pela Escola de Comunicação da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), iniciou sua carreira no jornal "O Globo", em 1971, como repórter de Cidade e de Polícia. Foi repórter, chefe de reportagem e diretor da Sucursal da Folha no Rio de Janeiro entre 1984 e 1988 [...] Em setembro de 99, assumiu mais uma vez o cargo de diretor da Sucursal da Folha no Rio, onde permaneceu até o último dia 15. É presidente da Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) e foi diretor do Comitê de Liberdade de Expressão e do Comitê Editorial da ANJ

⁷¹ Disponível em: < http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/biografia-mario_magalhaes.shtml>. Acesso em 28.março.2014.

(Associação Nacional dos Jornais) (NOVO ombudsman da Folha assume e quer priorizar qualidade. **Folha de S. Paulo**, 4.abril.2004. Caderno Brasil)⁷².

- (4) Natural de Santos, Lins da Silva começou na profissão como repórter, aos 18 anos, nos jornais "Diário da Noite" e "Diário de S.Paulo". Passou por outros jornais e revistas até ser contratado pela Folha, em 1984. No jornal, foi repórter, redator, editor, secretário de Redação, diretor-adjunto de Redação e correspondente em Washington [...] É mestre em comunicação pela Michigan State University e doutor e livre-docente em comunicação pela Universidade de São Paulo. Lecionou em universidades no Brasil e nos EUA e é autor de dez livros [...] (NOVO ombudsman da Folha começa na terça. **Folha de S. Paulo**.16.abril.2008. Caderno Brasil, p. A-8).
- (5) Suzana Singer trabalha na Folha desde 1987. Foi secretária de Redação, na área de edição, entre março de 2004 e janeiro deste ano. Nesse período, foi responsável pelo fechamento do jornal e pela Primeira Página em duas eleições municipais, na eleição presidencial de 2006 e na cobertura do mensalão, a mais grave crise política do governo Lula, deflagrada em 2005 [...] (NOVA ombudsman investigará reportagens. **Folha de S. Paulo**, 25.abril.2010. Caderno Brasil, p. A-8).

Pode-se notar que, nesses exemplos, de diferentes jornalistas apresentados como ombudsmans, o currículo do profissional nomeado não deixa margem de dúvidas com relação à sua competência na profissão e para o exercício do cargo. No caso do objeto de discurso construído na sequência 2, ele é autor de livros para editoras de renome, como Companhia das Letras e DBA. O jornalista da sequência 3 atuou em órgãos de representação da categoria dos jornalistas. Carlos Eduardo Lins da Silva (sequência 4) é professor livre-docente em Comunicação pela USP, e a atual ombudsman, Susana Singer (exemplo 5), estava qualificada para avaliar e criticar a cobertura do jornal em ano de eleições presidenciais por causa de sua larga experiência na área no próprio jornal.

Esses relatos dos atributos dos ocupantes do cargo, organizados no corpo de matéria jornalística por meio da cenografia de currículo breve que, em poucas palavras, lista o que de melhor um profissional já realizou, estabelecem e reforçam o *ethos* pré-discursivo do ombudsman da Folha de S. Paulo, ao mesmo tempo em que constroem um estereótipo do jornalista competente.

Quanto ao leitor, é preciso que seja também um leitor competente, crítico, cidadão, que reivindique seus direitos, e que seja conhecedor dos meandros da produção jornalística para

⁷² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc0404200427.htm>. Acesso em: 14.dez.2013.

perceber os desvios de conduta do jornal e apontá-los ao seu advogado, o ombudsman. Esse leitor é também construído discursivamente, como se pode observar nas sequências discursivas a seguir (exemplos 6 e 7):

- (6) Recebi, em 2005, 10.688 mensagens, um crescimento de 46% em relação a 2004. Quase metade -4.812, 45%- foram protestos, críticas e reclamações relativas à Redação. E, desse total, 1.043 foram dirigidas à editoria Brasil, responsável pela cobertura política: 239 reclamações antes da entrevista de Jefferson (8/6) e 804 nos meses seguintes. Em 2004, a editoria recebeu 756 mensagens (BERABA, M. O leitor atento. **Folha de S. Paulo**, 1.jan.2006. Ombudsman, p. A-8).
- (7) Mesmo em países como o Brasil, em que os índices de confiança nos meios são altos (Ibope/Opinião, maio de 2005) e a imprensa goza de mais prestígio que os governos (BBC/Reuters/Media Center Poll, maio de 2006), é tensa a relação entre um público cada vez mais exigente e as empresas envolvidas em uma grande disputa pelo mercado (BERABA, M. Credibilidade e transparência. **Folha de S. Paulo**, 14.maio.2006. Ombudsman, p. A-8, grifo nosso).

Os números operam no discurso jornalístico como provas objetivas, irrefutáveis. Se a participação dos leitores aumentou de um ano para o outro, isso prova que estão cada vez mais interessados em cobrar do jornal um trabalho melhor. Esse grau alto de exigência dos leitores levaria a uma relação “tensa” entre leitores e o jornal, e também ao acirramento da concorrência.

Maingueneau (1997) destaca também a importância do suporte material do discurso. No caso, temos o jornal impresso que é manuseado pelos leitores, mas além da edição de cada coluna com periodicidade semanal, sempre aos domingos, no primeiro caderno, há a possibilidade de outras formas de leitura de edições anteriores e de informações complementares na internet, bem como a possibilidade de interação por carta, telefone e e-mail, e muitas vezes a participação do leitor é mencionada no discurso do ombudsman.

O suporte material jornal impresso envolve uma série de características de ordem formal, uma linguagem que combina o verbal e o não verbal, esse último na forma de usos do espaço das páginas (diagramação), de recursos de tipologia (fonte e corpo das letras, negrito, itálico etc), de recursos gráficos como artes, mapas, tabelas, e outras linguagens como o desenho e a fotografia.

A coluna é publicada no primeiro caderno da *Folha*, que tem início logo após as três primeiras páginas do jornal – capa e duas páginas de opinião, onde estão reunidos o

expediente do jornal, os editoriais, os artigos de opinião, cartas do leitor e a sessão “Erramos”. Esse caderno é o que sofre menos alterações quando há reformas gráficas no jornal. Nele, há sessões fixas, como o “Painel” (notas sobre política nacional) e o noticiário de política e dos fatos de abrangência nacional.

A sessão Ombudsman ocupa sempre a metade à direita de uma página par. As páginas de números pares, no jornal impresso, ficam à esquerda do leitor no seu movimento de manuseio do jornal e, portanto, têm menor destaque que as ímpares. No entanto, no desenho da página, a porção superior do lado direito da página ímpar é considerada o lugar mais importante, que tem a preferência do olhar do leitor⁷³.

As páginas ímpares do primeiro caderno do jornal, especialmente aos domingos que é o dia da semana em que a tiragem é maior e o jornal é lido por maior número de pessoas, são ocupadas quase que totalmente por anúncios publicitários de anunciantes de porte, como as grandes redes de magazines, concessionárias de veículos e lançamentos imobiliários, dentre outros.

A coluna geralmente se compõe de um texto subdividido em vários tópicos, que recebem pequenos títulos denominados “intertítulos”. Eventualmente, podem ser criadas sessões dentro da coluna, tais como as frases destacadas (chamadas de “olhos”), o sobe/desce (eleição dos pontos positivos e negativos de maior destaque na cobertura do jornal), e outras, cujo efeito é sempre tornar a leitura mais leve e ao mesmo tempo dar destaque a determinados conteúdos. Um aspecto interessante no que diz respeito à visualidade é que diferentes mandatos de profissionais destacados para exercer a função podem dar origem a diferentes formas de compor a coluna, combinando os elementos paratextuais.

Até abril de 2007, o mandato era de Marcelo Beraba, que tinha assumido em abril de 2004 e ficou três anos na função. Nesse período, a coluna se apresenta com um texto principal, ocupando quase a totalidade do espaço, mais um texto menor, e uma ilustração. Esse desenho praticamente não se alterou durante o período em que o ombudsman era Marcelo Beraba.

Em abril de 2007, assumiu Mário Magalhães, cujo mandato teve duração de um ano. A diagramação e estruturação da coluna tiveram pouca alteração. Continuou sendo publicada

com o mesmo tamanho e no mesmo local do jornal – isso tende a criar no leitor certa sensação de intimidade, pois ele sabe sempre onde encontrar o ombudsman – mas o texto maior da versão anterior se desdobrou em mais textos de menor tamanho, ampliando os temas de comentários.

Magalhães deixou o cargo em abril de 2008. Com o início do mandato de Lins da Silva, ocorreram mudanças substanciais no modo de estruturar a coluna. Ela recebeu diversos recursos infográficos, em textos bem curtos, que passaram a funcionar como sessões fixas dentro da coluna: “Para ler/Para ver”, em que o jornalista indicava textos e filmes sobre jornalismo; “Onde o jornal foi bem/E onde foi mal”, em que eram apresentados os melhores e piores momentos da cobertura feita pela *Folha de S. Paulo* dos assuntos da semana que passara, na opinião do ombudsman; “Assuntos mais comentados da semana”, em que mesmo sem explicitar os critérios, se listavam rapidamente os três assuntos mais comentados da semana, segundo o ombudsman, com uma pequena foto de um deles; e, ainda, a “Frase de leitor”. Manteve a ilustração no canto superior direito, que já havia nas versões anteriores, e o destaque de algum trecho do texto principal, reproduzido em três linhas com fonte em corpo maior que os textos e menor que os títulos, logo abaixo da ilustração.

Essas mudanças acabam por sugerir um efeito de estilo, de individualidade e, portanto, de autoria na coluna do ombudsman, como se cada jornalista que assume o mandato estabelecesse um discurso diverso do discurso dos anteriores, como se fosse seu autor. A ideia de posse do seu discurso parece ser parte também da formação discursiva do ombudsman, que por ser “responsável” pelo que diz, poderia ser punido, daí a importância de garantir-lhe a empregabilidade como regra para o exercício da função. Essa garantia vem expressa em todas as edições de domingo, no rodapé de cada coluna, logo após a informação do nome do ombudsman em exercício e da data em que assumiu o cargo.

Cabe observar que a assinatura das colunas do ombudsman, que se dá em dois momentos – logo abaixo do título da coluna, em letras maiores, com o e-mail ao lado, e no rodapé dos textos, junto com a informação do período de mandato e regime de estabilidade contratual para o exercício da função – tem efeito de sentido de credibilidade para o discurso,

⁷³ Os estudos de programação visual em Comunicação são unânimes com relação a essa afirmação. Barzotto (2007) faz um estudo similar sobre o suporte revistas, no campo dos estudos do discurso, em artigo intitulado *Olhares oblíquos sobre sentidos não muito dissimulados*.

autoriza o sujeito que ocupa a posição a entrar na ordem do discurso na qualidade de crítico do jornal e defensor do leitor, com todos os saberes implicados nessa posição.

Como afirma Gregolin (2007), com base em Foucault (2006), a fundação de um espaço textual, pela escrita, obriga o sujeito a representar-se na relação com um corpo social e com uma instituição de saber, e “é por esse motivo que determinados textos assumem explicitamente a existência de autoria – com a marca da assinatura – enquanto outros a apagam e dissimulam” (GREGOLIN, 2007, p.51).

Mas o autor é uma função do discurso, ou seja, uma construção do próprio discurso. E essa função-autor, diz Foucault (2006), só existe nos discursos em que se pode perceber, a partir dos dêiticos, uma complexidade de enunciadores. Em alguns momentos, parece ocorrer assim com o discurso do ombudsman, que ora marca a instância da enunciação como um “eu” que corresponde ao locutor, ora refere ao ombudsman como não-pessoa (3ª pessoa, de quem se fala), e ainda por outras vezes enuncia como um narrador onisciente. Além disso, o discurso do ombudsman instaura diversos coenunciadores que são também responsáveis pelo dizer expresso na coluna.

No entanto, a função-autor na coluna do ombudsman parece ser mais o princípio de agrupamento e rarefação dos discursos reunidos ali com a mesma finalidade e com características sempre muito parecidas, e não dos discursos deste ou daquele ocupante do cargo⁷⁴. Outros fatores na análise do gênero discursivo podem colaborar para essa afirmação.

Vê-se que o discurso do ombudsman assume, quase sempre, a forma de comentário. Outras vezes, mais raras, a coluna constrói outras cenografias, tais como correspondência com os leitores, entrevistas, narrativas de diálogos travados com a redação ou com a direção do jornal, ou até, eventualmente, uma cenografia que se parece com a do diário íntimo.

Por ser uma forma de discurso jornalístico que tece comentários sobre o próprio jornalismo, pode-se entender o discurso do ombudsman como um metadiscurso. Nesse caso, não se trata somente da concepção de metadiscurso como metaenunciação, ou seja, do estudo

⁷⁴ Entende-se que seria interessante o estudo mais aprofundado das marcas de estilo e autoria, dos indícios de subjetividade, em cada coluna agrupada sob a assinatura de um jornalista diferente. Com isso, quem sabe, se pudesse concluir que cada ombudsman confere à coluna uma função-autor diferente ou então que, de fato, todos eles são um pouco do mesmo, uma única função-autor, ombudsman, tal como considero neste artigo.

das manobras que o enunciador faz para explicar a própria fala na medida em que ela se realiza, e que é constitutiva de todo discurso.

Dizer que o ombudsman produz comentários sobre o discurso do jornal, que produz um discurso sobre o discurso, implica em admitir que o discurso do ombudsman constitui uma prática de reflexão sobre o seu fazer. No entanto, existe aí uma questão complexa para a AD, pois se trata de uma reflexão “de dentro”. O ombudsman pode tentar construir uma imagem de crítico da mídia, exterior a ela, mas seu discurso é também um discurso midiático. Possivelmente por isso é que muitas vezes o discurso do ombudsman lançará mão das citações, mais comumente em discurso direto, introduzidas por dois pontos e aspas, para marcar o jogo da identidade/alteridade, com efeito de sentido de um discurso vindo de fora, muitas vezes do campo científico.

A coluna do ombudsman é, geralmente, composta de comentários sobre os discursos do jornal, sobre a atuação do jornal e mais raramente de outros veículos de comunicação (e essa atuação está materializada nos textos do jornal), bem como comentários sobre a correspondência recebida dos leitores. É, portanto, um discurso que tem como constitutivo o fato de ser um comentário, que visa reconstruir o trajeto temático de reportagens, notícias, cartas de leitor, editorias, artigos e infográficos, por meio de outra posição, sob novas formas de composição e de expectativas de interpretação. O ombudsman, enunciador, é também um leitor do jornal. Assim, a heterogeneidade é condição *a priori* para sua constituição em gênero.

Numa coluna do ombudsman de 16 de julho de 2006 (sequência 8, a seguir), sobre a cobertura da Copa, pode-se identificar a heterogeneidade mostrada como traço característico desse discurso. Note-se que a sequência analisada retoma: outros textos publicados pela própria *Folha de S. Paulo*, outros textos veiculados por outros jornais e agências de notícias, além das falas de outros enunciadores, como o economista Luiz Gonzaga Belluzzo (o discurso científico) e o dramaturgo Nelson Rodrigues (o discurso literário), famoso por sua paixão e por seus discursos sobre futebol:

- (8) Terminada a Copa da Alemanha e constatados o fracasso da seleção brasileira e a pobreza do futebol apresentado pelas equipes favoritas, fica ainda mais gritante o exagero que foi a cobertura da nossa imprensa.

Refiro-me aos exageros de espaço (tempo e papel) e de recursos [...]. E refiro-me aos exageros de uma cobertura que, na TV, beirou à bajulação, e, nos jornais, não chegou nunca a ter o distanciamento crítico necessário - exceto

quando a seleção foi eliminada e o apedrejamento ficou fácil.

novos
que

Revisitar os cadernos de esporte e as Primeiras Páginas do início da Copa é um bom exercício de jornalismo e talvez nos ajude a pensar desde já em modelos de cobertura para a Copa da África. Não é possível, por exemplo, agora, visto de longe, não nos pareça despropositada a Primeira Página da Folha com todo o seu alto tomado pelas fotos de cada um dos seis jogadores da Argentina que marcaram contra a pobre equipe da ex-Sérvia e Montenegro, último lugar da competição.

O balanço da cobertura jornalística da Copa ainda está por ser escrito. Talvez faça falta um observatório de mídia especializado em esportes. Enquanto isso, divido alguns comentários que colhi de uma entrevista dada pelo economista Luiz Gonzaga Belluzzo para a Agência Carta Maior (www.cartamaior.com.br) a respeito do papel da imprensa no negócio futebol:

– "O Parreira treinou de um jeito durante um tempão, insistiu naquilo, aliás fazendo o que a mídia pediu. (...) Essa relação entre a mídia, os negócios e o futebol tem de ser analisada com mais frieza. Aí está a explicação para muitas das expectativas que se criam em torno do time. Muita gente diz que o grande problema é que as pessoas aceitam o que dizia o Nelson Rodrigues: que a seleção é a pátria de chuteiras. Mas hoje em dias as chuteiras não têm pátria. A euforia durante Copas do mundo sempre existe, mas de Copa para Copa ela é cada vez mais construída pela mídia e pelos negócios" (BERABA, M. A manada de gnus. **Folha de S. Paulo**, 16.julho.2006. Ombudsman).

Os discursos que aí se repetem são o da neutralidade do jornalista diante dos fatos, chamado pelo ombudsman de “distanciamento crítico necessário”, e o do poder da mídia: “O Parreira treinou de um jeito durante um tempão, insistiu naquilo, aliás fazendo o que a mídia pediu [...] essa relação entre a mídia, os negócios e o futebol tem de ser analisada com mais frieza”.

O trecho entre aspas, marcando a fala de um outro enunciador, é tomado pelo ombudsman como forma de reafirmar sua crítica de que a mídia exagerou na cobertura, em “espaço e recursos”. Mas também reforça o discurso do poder da mídia sobre a sociedade por meio do discurso de um sujeito competente, o economista Belluzzo.

Note-se que, também, ao criticar a cobertura da Copa então recém terminada, o discurso do ombudsman faz uma autocrítica, uma reflexão sobre jornalismo: “revisitar os cadernos de esporte e as Primeiras Páginas do início da Copa é um bom exercício de jornalismo e talvez nos ajude a pensar desde já em novos modelos de cobertura para a Copa da África”. Além de posicionar-se como um sujeito pertencente à classe dos jornalistas por meio do discurso em primeira pessoa do plural, o ombudsman assume um tom cauteloso, uma

maneira de dizer que busca não ser assertiva, mas ponderada, em que questiona a prática dos jornalistas na atualidade: “talvez nos ajude a pensar desde já em novos modelos de cobertura”.

Observa-se que essa edição da coluna mantém relações de intertextualidade, de diálogo com outras edições, não mencionadas no texto, que apresentavam argumentos para comprovar a tese do exagero na cobertura como, por exemplo (sequência 9, abaixo), a que foi publicada no domingo anterior ao início da Copa, com o título *O jornal de chuteiras* – novamente a referência à expressão criada por Nelson Rodrigues – e, logo abaixo do título, o comentário, denominado linha-fina no jargão jornalístico: “Cobertura da Copa 2006 já causa uma sensação de overdose até para quem gosta de futebol”. O conteúdo é praticamente o mesmo daquela que foi publicada no final da Copa:

(9) A atenção da Folha, e de toda a imprensa brasileira, estará cada vez mais voltada para a Copa do Mundo de futebol que começa na próxima sexta-feira, na Alemanha. A editoria de Esporte já tem caderno próprio, separado de Cotidiano, desde a semana passada, e amanhã o jornal lança o caderno diário Copa 2006. Eleições presidenciais, escândalos no Congresso, investigações da Polícia Federal e do Ministério Público, ataques do PCC - a tendência é de todos esses assuntos que marcaram a vida nacional nos últimos meses cedam espaço para as notícias da seleção brasileira.

A cobertura da Copa é uma grande oportunidade de faturamento para os meios, seja pelo interesse que desperta no público, seja pela publicidade. A Folha vendeu neste ano cotas de patrocínio para quatro empresas (Bradesco, Extra, Intel e Tim).

O envolvimento do jornal pode ser medido pelo número de profissionais que terá no front alemão, pelo número de produtos especiais que lançou e lançará pela quantidade de papel que pretende gastar.[...]

Overdose

O caderno diário da Folha terá 8 páginas, mas deverá ter entre 10 e 12 páginas nos dias seguintes aos jogos do Brasil. O jornal já publicou seis cadernos especiais para a Copa, incluindo o que circula hoje, e planeja publicar mais sete.

Essas megacoberturas já fazem parte da tradição da imprensa brasileira. A sensação, na maior parte do tempo, é de overdose, mesmo para quem gosta de futebol. [...]

O que se espera do jornal, além de bom senso, é que o esforço para produzir uma boa cobertura do futebol não afete o acompanhamento dos grandes temas que continuam a assombrar a vida nacional. (BERABA, M. O jornal de chuteiras. **Folha de S. Paulo**, 4.jun.2006. Ombudsman. Grifos nossos).

O conteúdo dessa edição da coluna é praticamente o mesmo, também, de outra edição, publicada no dia 18 de junho (exemplo 10, a seguir). Nessa, o discurso que quer se apresentar como exotópico – entendido nesse caso como discurso de resistência do sujeito-jornalista à ordem instituída pelo jornal – é nitidamente um discurso em embate com o discurso de defesa do jornal *Folha de S. Paulo*. Em vez de sustentar a afirmação de que até quem gosta de futebol vê exageros na cobertura por si mesmo, expondo posição de crítico do jornal, o ombudsman refere aos leitores como coenunciadores dessa posição:

- (10) Não são muitos os leitores insatisfeitos com a cobertura da Copa de futebol da Alemanha feita pela Folha. Pelo menos é o que indica o pequeno número de mensagens recebidas pelo ombudsman. As principais críticas não são especificamente à Folha, mas à imprensa em geral: excesso de espaço (nos jornais) ou de tempo (nas TVs), ufanismo e alienação. Há os leitores que confessam que detestam o futebol e reclamam da quantidade de notícias sobre a Copa que enchem as primeiras páginas e as páginas internas do jornal. E há os que gostam do esporte, acompanham a Copa, mas também veem exageros (BERABA, M. Os exageros da Copa. **Folha de S. Paulo**, 18.jun.2006. Ombudsman).

Também se pode dizer que a coluna do ombudsman tem a característica de um “trílogo”, como descreve Maingueneau (2001). Ou talvez até de uma conversa a quatro, ou a cinco. O ombudsman supostamente escreve para os leitores daquele jornal, respondendo às hipotéticas e às reais reclamações dos leitores sobre a cobertura, mas sabe que será lido pelos demais jornalistas que atuam no veículo, bem como, eventualmente, por leitores e jornalistas de outros jornais. E também pela direção do jornal que, em última análise, é a instância responsável pela publicação de todos os textos do jornal. Assim, essa situação deve também ser levada em consideração, pois determinará algumas características do discurso do ombudsman, visto que o enunciador deverá tomar extremo cuidado para preservar as diversas faces⁷⁵ envolvidas na sua ação discursiva.

⁷⁵ Maingueneau (2001) toma a "teoria das faces", desenvolvida desde o final dos anos 1970 por P. Brown e S. Levinson, por sua vez inspirados no sociólogo norte-americano E. Goffman, para estudar as regras da polidez, entendida como umas das leis do discurso, já que a comunicação verbal é também uma relação social. Diz ele: "Visto que uma mesma fala pode ameaçar uma face com o intuito de preservar uma outra, os interlocutores são constantemente levados a buscar um acordo, a negociar. Eles devem efetivamente procurar um meio de preservar suas próprias faces sem ameaçar a de seu parceiro. Desenvolve, então, todo um conjunto de estratégias discursivas para encontrar um ponto de equilíbrio entre essas exigências contraditórias" (MAINGUENEAU, 2001, p.39).

Isso ajuda a explicar porque, tantas vezes, o discurso do ombudsman parece se dividir entre a crítica e o elogio ao jornal. Trata-se de dizer o que pretende de modo a ser aceito pelos diferentes coenunciadores. Ou de fazer a crítica sem quebrar um contrato de cordialidade com o próprio veículo que o abriga. Mas esse movimento também diz respeito à complexidade que caracteriza o discurso do ombudsman, pois, como já dito anteriormente, ele se apresenta como um olhar “de fora”, olhar de leitor, mas é “de dentro”, jornalista, e essa relação identidade/alteridade, o eu e o outro, é uma característica importante do seu discurso.

Além disso, a coluna é escrita para todo o conjunto dos leitores do jornal, mas mantém com os leitores que enviam suas críticas ao ombudsman uma relação diferente, mais “íntima”, de maior interação, tal como acontece com a plateia restrita que assiste à gravação do programa que vai ao ar para o grande público de telespectadores de uma emissora.

Considerações finais

Podemos entender o discurso do ombudsman como extremamente polifônico na medida em que reúne o enunciador na posição de ombudsman, os leitores em geral, os leitores que escrevem para o ombudsman, os jornalistas e a direção do jornal.

O quadro cênico, como instância reguladora de cenografias variadas construídas pelo discurso do ombudsman, combinado à cena englobante – a do discurso jornalístico, que por si só traz toda uma construção social e histórica de discurso democrático, aquele que dá voz a todos –, possibilita o surgimento da cena genérica coluna do ombudsman. Esta é, por sua vez, num enlaçamento paradoxal, responsável por construir um tempo e um espaço da democracia no jornal, legitimando não apenas a própria enunciação, mas a instituição jornal, que mantém, dessa maneira, intocado seu estatuto social.

Referências

BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Tradução de Michel Lahud e Yara F. Vieira. 8. ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. Os gêneros do discurso. In: _____. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000, p. 279-287.

BARZOTTO, V. H. Olhares oblíquos sobre sentidos não muito dissimulados. In: GREGOLIN, M. R. V.; BARONAS, R. (Orgs.) **Análise do discurso**: as materialidades do sentido. 3. ed. São Carlos: Claraluz, 2007. p. 151-162.

FOUCAULT, M. **O que é um autor**. 6. ed. Lisboa: Nova Vega, 2006.

GREGOLIN, M. R. V. Sentido, sujeito e memória: com o que sonha nossa vã autoria? In: _____; BARONAS, R. (Orgs.) **Análise do discurso**: as materialidades do sentido. 3. ed. São Carlos: Claraluz, 2007. p. 49-64.

LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Tradução de Freda Indursky. 3.ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

_____. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (Org.) **Imagens de si no discurso**: a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. **Cenas da enunciação**. Organização de Sírio Possenti e Cecília Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARQUES DE MELO, J. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

_____; ASSIS, F. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MEDINA, J. L. B. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista Symposium**. (Gêneros e comunicação). Universidade Católica de Pernambuco, Ano 5, n. 1, 2001.