

O JORNAL COMO INSTÂNCIA DE ENUNCIACÃO COMPLEXA: *O SUPERENUNCIADOR*

Rodolfo VIANNA*

- RESUMO: Esse artigo busca compreender o jornal como uma *instância de enunciação complexa* (MAINGUENEAU, 2008), a partir da análise dos diversos agentes enunciativos que participam da construção dos enunciados presentes em suas páginas e da construção do gênero jornalístico informativo. Esses agentes apagam as suas marcas enunciativas particulares para poder fazer emergir um enunciador que, apesar da constituição coletiva, se apresenta como singular (*o jornal*), construindo assim o seu próprio *ethos*, vindo a ser um *superenunciador*. Propõe, ainda, a existência de marcas enunciativas que remetem a esse superenunciador, denominadas aqui de marcas superenunciativas. Para tanto, analisou-se essa manifestação no jornal Folha de S.Paulo, como também o seu manual de redação e estilo.
- PALAVRAS-CHAVE: Maingueneau. Jornal. *Ethos*. Instância de enunciação complexa. Superenunciador.

Introdução

Não são muitas as formulações de Dominique Maingueneau sobre as *instâncias de enunciação complexas*, conceito que aparece pela primeira vez, em português, na quinta parte do artigo *A noção de hiperenunciador*, presente na coletânea *Cenas da Enunciação* (MAINGUENEAU, 2008).

O presente artigo busca entender um jornal impresso como uma *instância de enunciação complexa*, na qual estão presentes diferentes agentes enunciativos que, tomados em conjunto, constituem um só *superenunciador* que, por sua vez, assume a posição de responsabilidade discursiva frente ao enunciado.

Para alcançar o objetivo, serão apresentados no artigo outros conceitos formulados por Maingueneau que são fundamentais para o entendimento da construção dessa instância de enunciação complexa que é o jornal. Em um primeiro momento, será feito um breve levantamento sobre as formulações de Maingueneau sobre as *instâncias de enunciação complexas* com o objetivo de clarificar o conceito.

* Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). São Paulo – SP - Brasil. rodolfovianna@yahoo.com.br.
ORCID: 0000-0002-5069-7358

Em um segundo momento, será abordada a produção dos enunciados pertencentes ao gênero jornalístico informativo¹ e os respectivos agentes enunciativos envolvidos. O objetivo dessa parte é o de consolidar a compreensão do jornal impresso como uma instância de enunciação complexa.

Como objeto de análise, será analisado um conjunto noticioso do jornal Folha de S.Paulo. A análise buscará descrever o jornal à luz das formulações sobre a constituição de uma instância de enunciação complexa. A partir da análise, será proposta a existência de marcas enunciativas nos enunciados pertencentes ao gênero jornalístico informativo que remetem ao enunciador, ou melhor, ao *superenunciador* jornal.

O objetivo do artigo é o de tentar articular uma noção proposta por Dominique Maingueneau, buscando compreendê-la pela análise de um jornal impresso que constitui o *corpus* do presente artigo, na perspectiva de servir como reflexão para aqueles que estudam as mídias e os discursos que nelas circulam e também afirmar que o jornal deve ser compreendido discursivamente como um *superenunciador*.

O que entender por *instância de enunciação complexa*?

Dominique Maingueneau até o momento pouco escreveu sobre as *instâncias de enunciação complexas*. Mesmo quando o termo aparece, ele não é o objeto do artigo, mas sim é citado na última parte de um texto que trata da noção de *hiperenunciador*. O próprio autor alerta para o caráter embrionário desse conceito ao dizer que:

Essa problemática do hiperenunciador se inscreve numa perspectiva mais ampla, que ainda não foi objeto de um tratamento de conjunto na análise do discurso, a das instâncias de enunciação que, na ausência de melhor, poder-se-ia dizer por simples comodidade “complexas”. Em regra geral, as teorias da enunciação lidam essencialmente com dois tipos de instâncias validantes: individuais e genéricas ou generalizantes (representadas comumente pelo sujeito universal da doxa. Na semântica e na filosofia da linguagem, ao contrário, na linha de pensamento do imemorial debate entre nominalismo e realismo, desenvolvendo-se ontologias muito mais sofisticadas: que modo de existência deve-se conferir a entidades como “a França”, “o regimento”, “os jovens”, “a burguesia”, “a opinião pública” etc. Os analistas do discurso, por seu lado, abordam essa questão levando em conta a diversidade das práticas discursivas efetivas. (MAINGUENEAU, 2008, p.109-110).

A necessidade de formulação sobre as instâncias de enunciação complexas deriva da existência de textos que são objeto de uma elaboração coletiva e da relação que

¹ As características do gênero jornalístico informativo podem ser encontradas em Vianna (2014).

se estabelece entre os sujeitos que cooperam e a maneira pela qual o produto final pensa sua própria produção (MAINGUENEAU, 2008). Ele cita como exemplo o texto publicitário, cuja responsabilidade recai sobre um locutor individuado, a marca, cujas propriedades antropomórficas são conhecidas; porém, sabe-se que esse texto foi produzido por uma agência de publicidade cuja assinatura é extremamente discreta ou até mesmo inexistente.

Cita ainda como exemplo também os diversos gêneros de discurso que emanam de aparelhos (como a ONU, os sindicatos, as associações esportivas, etc.) nos quais “[...] o texto, atribuído a um enunciador institucional, resulta de uma negociação entre diferentes atores cujo nome figura no documento.” (MAINGUENEAU, 2008, p.110).

No que se refere à imprensa escrita, que é o objeto do presente artigo, Maingueneau lembra que o regime de autoridade presente nela está longe de ser simples: “[...] cada artigo tem um autor singular, mas a instância que é o jornal transcende essa multiplicidade que encontra o meio de se encarnar no comitê de redação e em seu diretor.” (MAINGUENEAU, 2008, p.110-111). É por isso, continua ele, que é possível identificar um tom específico em jornais que pode refletir um determinado posicionamento político, mais progressista ou mais conservador, etc.

Maingueneau aponta a dificuldade de se classificar as instâncias de enunciação complexas. Ele chega a mencionar algumas possíveis classificações, como o de *metaenunciador* (o jornal em relação a cada artigo, assinado, que ele contém) em oposição a um *interenunciador* (resultante de uma negociação de diversos pontos de vista etc.). Levanta também a questão sobre as particularidades de uma negociação entre pontos de vista convergentes e entre a negociação que origina um compromisso entre pontos de vista divergentes (como exemplo se refere às moções políticas redigidas por representantes de correntes políticas distintas), aponta para a necessidade de se compreender se se trata de um grupo com fins ideológicos, que deve marcar uma posição em um campo, ou de um grupo com fins práticos, que busca apenas fazer funcionar um aparelho etc. E completa:

Podem-se sempre multiplicar os rótulos para distinguir esses variados casos de figura (metaenunciador, multienunciador, plurienunciador, superenunciador etc.), mas de pronto seria necessário resolver o problema de saber se é possível ou não selecionar categorias de base que, combinando-se, permitiriam explicar a diversidade dos gêneros de discurso atestados. Se tais categorias não existissem, seria necessário renunciar a toda terminologia de alcance global. (MAINGUENEAU, 2008, p.111).

Não faz parte do escopo do presente artigo resolver o problema levantado por Maingueneau, o de selecionar as categorias de base que sustentariam o alcance global da terminologia proposta. O objetivo aqui é o de buscar compreender o jornal impresso como uma instância de enunciação complexa que, devido ao funcionamento

da produção de seus enunciados, possibilita o surgimento de um *superenunciador*. Superenunciador que é individualizado discursivamente, mas que, por sua vez, é resultado de uma negociação – não horizontal, já que hierarquizada – entre diversos agentes enunciativos.

A opção por caracterizar o jornal como *superenunciador* deriva, como será mostrado na sequência, da razão de que por meio da construção do gênero jornalístico informativo há o apagamento das marcas enunciativas que remetem aos sujeitos enunciadores (e, portanto, marcariam também sua subjetividade) para dar possibilidade de surgimento do sujeito institucional que enuncia – o *jornal* – que é discursivamente o fiador e o responsável pelo enunciado, legitimando-o socialmente.

De forma sintética, é possível buscar uma compreensão abrangente de *instância de enunciação complexa* como sendo uma instância de produção de enunciado cujo funcionamento depende da negociação² ou intervenção de diversos agentes enunciativos e cujo enunciado produzido não é atribuído a esses agentes isoladamente, mais sim a uma instância enunciativa transcendente, corporificada discursivamente, que se torna sua fiadora e o legítima socialmente.

Como já mencionado, Maingueneau chega a denominar de *metaenunciador* o jornal impresso em relação aos artigos assinados que contêm, pois estes artigos continuam tendo suas respectivas autorias marcadas, e caberia somente ao jornal se apresentar, discursivamente, como um enunciador desses enunciados de outros – por isso a designação de *metaenunciador*. Por esta perspectiva, o jornal é considerado como um suporte no qual diversos enunciados de autorias marcadas e distintas são postos em circulação, porém não se vincula a eles como autor.

Entretanto, o que se procura analisar aqui não é exatamente a dinâmica como explicitada pelo pesquisador francês, mas sim a construção de um único enunciador que se torna responsável discursivamente pelo conjunto de enunciados noticiosos do jornal impresso, conjunto esse que é resultado da intervenção de diversos agentes enunciativos cuja autoria não se mostra e não se explicita. E é esse enunciador que aqui está sendo denominado de *superenunciador*, e é a ele que – como se pretende demonstrar – recai a

² No verbete escrito por Catherine Kerbrat-Orecchioni para o dicionário de análise do discurso organizado por Charaudeau e Maingueneau (2008, p.345-346), lê-se na descrição do verbete “negociação”: fala-se de negociações conversacionais para designar qualquer processo interacional mais ou menos local, suscetível de aparecer, desde o instante em que uma discordância surge entre os interactantes, concernindo esse ou aquele aspecto do funcionamento da interação, e tendo por finalidade suprimir esta discordância. Essas negociações podem ser encontradas em todos os tipos de contextos e dizem respeito a todos os tipos de objetos – entre eles os ingredientes que compõem o próprio tema da conversação e que são todos, de alguma forma, negociáveis: o “script” geral da troca, a alternância dos turnos de fala, os temas tratados, os signos manipulados, o valor semântico e pragmático dos enunciados trocados, as opiniões expressas, o momento do fechamento, as identidades mútuas, a relação interpessoal, etc. A noção de negociação é central para a análise das conversações, consideradas como construções coletivas, que supõem o estabelecimento, entre os participantes, de um certo número de acordos sobre as regras do “jogo de linguagem” em que eles se encontram. Entretanto, esses acordos não são sempre dados de uma só vez, e é somente ao preço de uma bricolagem interativa incessante que os interactantes chegam a construir juntos um “texto” um tanto quanto coerente, pois o funcionamento das conversações repousa sobre regras imprecisas e normas flutuantes. Essa imprecisão das regras torna as negociações necessárias, mas poder-se-ia dizer também: “[...] esta imprecisão é necessária para permitir as negociações, isto é, a adaptação tateante ao outro e às particularidades de seu universo cognitivo e afetivo – para permitir, em uma palavra, a intersubjetividade.” (KERBRAT-ORECCHIONI *apud* CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p.346).

autoria. Não se trata do jornal como um todo – incluindo os artigos de opinião assinados, as charges de autoria marcada etc. (tomado como esse todo, seria o *metaenunciador* pela definição já dada por Maingueneau) – mas sim de todo o produto enunciativo de responsabilidade da Redação do jornal (jornalistas, editores, diagramadores, fotógrafos, redatores, etc.), dos enunciados produzidos por ela.

A produção da notícia e seus agentes enunciativos.

A Redação de um grande jornal impresso é formada por diversos profissionais organizados conforme clara divisão de trabalho e também com postos hierarquizados e distribuição de tarefas. Para além de uma questão meramente gerencial, é dessa complexa organização que se origina o produto final de um jornal, a saber, a notícia, da forma como é apresentada aos seus consumidores.

Clóvis Rossi (1988)³, jornalista brasileiro, apresenta alguns desses mecanismos na produção da notícia, aos quais chama de “filtros”. Como exemplos desses filtros, ele menciona o *copidesque* como sendo o primeiro (antiga designação para o trabalho que hoje se assemelha ao do *redator*) que tem por função redigir o texto final de uma notícia a partir de informações de repórteres ou de agência de notícias, guiado pela padronização estilística de cada jornal.

Ao *editor* de uma seção cabe a responsabilidade por outras intervenções, ainda segundo o jornalista citado, que correspondem ao enfoque de determinada matéria e/ou notícia, o tamanho que ela terá na composição da página do jornal – sua relevância, a sugestão ou mesmo a feitura do título ou de outros destaques textuais que compõem o projeto gráfico de determinado jornal. O manual da *Folha de S. Paulo* afirma que “[...] título, subtítulos e lides⁴ atraentes e fortes são preocupações permanentes do editor.” (FOLHA DE S. PAULO, 2010, p.36).

Rossi menciona também o papel de filtragem que se origina da instância superior à do editor:

Acima dos editores há a cúpula da Redação, que influi decisivamente em todo o processo, desde a pauta até a edição final. O homem-chave, na cúpula, é o secretário de Redação, espécie de alma e coração de um jornal [...]. Além da supervisão geral de todo o noticiário, o secretário decide a “cara” do jornal, ou seja, a primeira página. (ROSSI, 1988, p.44).

³ O mundo do trabalho dos jornalistas sofreu transformações significativas desde a data de publicação da obra aqui citada, seja pela utilização de novas tecnologias como também por rearranjos organizacionais. Entretanto, mantém-se a estrutura hierárquica da Redação praticamente inalterada em suas funções como expostas nas citações utilizadas. Uma discussão aprofundada sobre essa problemática pode ser encontrada em Rodrigues (2013).

⁴ *Lead* ou *lide*: concentração das informações principais no primeiro parágrafo da notícia, respondendo às questões quem fez o quê, como, onde, quando e por quê, basicamente.

É fundamental serem mencionados os papéis tanto do *fotógrafo*, do *diagramador*, do *editor de fotografia* e mesmo o do *editor de arte*. Como lembra Brait (2008), o jornal impresso apresenta um plano de expressão com características particulares, diferenciadas tanto do discurso oral, quanto do escrito ou do puramente visual. Segundo a pesquisadora, tanto a linguagem verbal quanto a visual são acionadas de forma a provocar a interpenetração e consequentemente a atuação conjunta: “[...] isso pode ser constatado na organização dos cadernos e das páginas, na diversidade de tipos e tamanhos das letras utilizadas, nas mais diferentes combinatórias envolvendo texto-foto, foto-legenda, texto-ilustração.” (BRAIT, 2008, p.84).

É a isso que se pode denominar de dimensão verbo-visual da página de um jornal, uma vez que a produção de sentido não se ancora somente na sequência textual, ou somente em uma fotografia ou imagem: é na articulação desses elementos que o sentido é produzido. “Esses elementos, somados a vários outros, caracterizam estratégias discursivas e textuais que, construídas e constituídas ao longo da história do jornal impresso, obrigam o analista a pensar em determinadas questões de significação também a partir dessas particularidades.” (BRAIT, 2008, p.84).

O conjunto noticioso, portanto, é fruto da intervenção enunciativo-discursiva de diversos agentes, que se apresenta como um conjunto coeso discursivamente, incluindo a sua dimensão verbo-visual. Dessa forma, atribuir a autoria de uma notícia a um determinado jornalista que a assina – lembramos que falamos do gênero notícia impressa – torna-se uma simplificação, pois não leva em consideração todo o real processo de sua elaboração textual-discursiva e sua dimensão verbo-visual de enunciado concreto.

Maingueneau, em nova edição revista e ampliada de sua obra *Analyser les textes de communication* (2012), afirma que “[...] já se faz necessário atentar à distinção que foi feita entre o/os *produtor(es)* de um texto, isto é, os indivíduos que o elaboraram, e o **autor**, isto é, a instância que se apresenta como seu responsável.” (MAINGUENEAU, 2012, p.150, grifo do autor, tradução nossa)⁵. Com isso, ele aponta a necessidade de compreender melhor a questão da autoria quando estudado o tipo de gênero do discurso presente na imprensa, uma vez que há a intervenção de diversos agentes enunciativos como já apontado aqui.

Ainda nesta nova versão da referida obra, na parte *O responsável do texto*, o pesquisador francês avança na definição de *metaenunciador*, *interenunciador* e *arqui-enunciador*, porém afirma que apenas introduz alguns termos dentro de uma pluralidade de casos possíveis em se tratando de autoralidade.

Sobre o *metaenunciador*, ele diz que se estabelece, por exemplo, pela relação entre o autor de um artigo de jornal e o jornal como instância de nível superior. O jornal é o *metaenunciador* pois possibilita a reunião, a conjunção desses artigos que são complementares para formar um todo. E, afirma ainda, que é a esse *metaenunciador*

⁵ Original: “[...] Il faut déjà donner tout son poids à la distinction qui a été faite entre le ou les producteur(s) d'un texte, c'est-à-dire les individus qui l'ont élaboré, et l'**auteur**, c'est-à-dire l'instance qui est présenté comme son responsable.” (MAINGUENEAU, 2012, p.150, grifo do autor, tradução nossa).

que se pode atribuir um *ethos*⁶ específico, lembrando que este *ethos* não é repartido igualmente entre os diferentes artigos que compõem o jornal: as palavras cruzadas e a meteorologia são muito menos marcadas que o editorial, cita como exemplo. Ademais, lembra que o *ethos* não se trata somente de um caso de linguagem verbal: ele se manifesta também pela diagramação, as escolhas de fotos, de cores etc. (MAINGUENEAU, 2012).

Se o *metaenunciador* se estabelece na relação de diversos textos de diversos autores com a instância superior que é o jornal, o *superenunciador*, como está sendo proposto neste artigo, se constrói no apagamento das interferências dos agentes enunciativos em favor de uma instância enunciativa mais ampla e mais influente na esfera discursiva a que pertence. O *superenunciador*, portanto, não se estabelece pela *relação*, mas *emerge constitutivamente do enunciado notícia impressa*, e é compreendido como o fiador, como o responsável discursivamente dos enunciados produzido por diversos agentes enunciativos e, ainda, possui uma circulação privilegiada na esfera social a qual se insere (a esfera jornalística).

O apagamento dos agentes enunciativos e o surgimento do *superenunciador*

Se o conceito de *metaenunciador* é satisfatório para entender o jornal como uma espécie de suporte para diversos enunciados de diversos autores, mesmo que esse suporte adquira algum grau de coesão discursiva que se manifesta em seu *ethos* próprio, ele não abrange uma particularidade nuclear da imprensa que é o processo enunciativo dos enunciados de responsabilidade do próprio jornal, ou, simplificada, do produto enunciativo derivado da “Redação”. É aqui que reside a pertinência da designação dessa instância de enunciação complexa que é a Redação do jornal como um *superenunciador*, não somente um *metaenunciador*.

Uma das características do gênero jornalístico informativo é o de orientar-se pela *objetividade aparente*: mesmo assumindo a impossibilidade da objetividade ideal, uma vez que a linguagem não é transparente e toda a produção jornalística passa por filtros subjetivos, o gênero jornalístico informativo baseia-se no efeito de objetividade que o legitima socialmente.

Essa tensão entre a impossibilidade da objetividade e a pretensão de ser objetivo pode ser bem apreendida pela descrição que o manual de redação do jornal *Folha de S.Paulo* faz do verbete *objetividade*:

Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções.

⁶ “Termo emprestado da retórica antiga, o *ethos* [...] designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário. Essa noção foi retomada em ciências da linguagem e, principalmente, em análise do discurso, em que se refere às modalidades verbais da apresentação de si na interação verbal” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2008, p.220).

Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível.

Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse. Consultar outros jornalistas e pesquisar fatos análogos ocorridos no passado são procedimentos que ampliam a objetividade possível. (FOLHA DE S. PAULO, 2010, p.46-47).

O pesquisador Barros Filho (2001) afirma que, apesar de a objetividade ser impossível, existe a construção de uma aparência de objetividade cujo efeito tem consequências em todo o sistema informativo. Esse é o núcleo do estilo do gênero jornalístico informativo, o de criar a *objetividade aparente*: “[...] a objetividade aparente é característica do texto informativo, por sua estrutura, seu léxico, seus limites e também sua posição entre os demais produtos da mídia.” (BARROS FILHO, 2001, p.69).

No referido manual de redação, em que se fala da impossibilidade da objetividade, lê-se também que “[...] a busca da objetividade jornalística e o distanciamento crítico são fundamentais para garantir a lucidez quanto ao fato e seus desdobramentos concretos.” (FOLHA DE S.PAULO, 2010, p.22). Isso só demonstra que a objetividade jornalística, mesmo que impossível, é um valor a ser perseguido na busca de uma boa prática profissional e que ela está presente nas prescrições da atividade jornalística.

Mas como se dá a construção da *objetividade aparente*? Segundo Grillo (2004), que analisou também o manual da *Folha de S.Paulo*, esse estilo objetivo do jornalismo se constrói privilegiadamente sobre a proibição dos seguintes aspectos linguísticos: a primeira pessoa do singular, determinados adjetivos e advérbios e a escolha de determinados verbos para introduzir declarações [...]” (GRILLO, 2004, p.87). No manual da *Folha de S.Paulo*, a parte denominada *padronização e estilo* trata justamente de padronização de grafias e, no que toca ao que se denomina de estilo, de inúmeras restrições, principalmente a aspectos linguísticos vinculados a marcas apreciativas, pois comprometeriam a objetividade pretendida.

O apagamento das marcas subjetivas que denunciariam explicitamente determinado posicionamento discursivo valorativo por parte do jornalista/jornal faz parte da estratégia do gênero jornalístico informativo de se mostrar objetivo, imparcial, apartidário etc. Isso também constrói o *efeito de transparência*, pelo qual “[...] os fatos são colocados diante do leitor, de forma a camuflar a instância de produção jornalística que se legitima por sua transparência em relação aos fatos.” (GRILLO, 2004, p.235).

Nos enunciados de responsabilidade da Redação de determinado jornal, e que se enquadram no gênero jornalístico informativo, há a tentativa de apagamento das marcas dos agentes enunciativos envolvidos (que, como visto anteriormente, são vários) por meio de uma padronização lexical, prescrições sintáticas e composição verbo-visual (projeto gráfico de determinado veículo, por exemplo). Nesses casos, mesmo quando há a assinatura do jornalista responsável pelo texto da notícia ou os

créditos do fotógrafo, essas informações não transformam esses sujeitos em *autores* (com sua respectiva responsabilidade discursiva) do enunciado notícia, tomado em seu conjunto verbo-visual.

Nessas situações, e seguindo a perspectiva de Maingueneau apresentada no começo deste artigo, essas assinaturas estariam mais próximas de apresentar os *produtores* de determinado texto/foto (e, ainda assim, no caso do jornal, isso não é completamente verdadeiro devido às edições) do que os *autores*, pois estes não se apresentam e nem são apreendidos pelos leitores como a instância responsável pelo enunciado. Esse enunciado é tomado como sendo da instância de enunciação complexa jornal, é tomado como de sua responsabilidade, e por isso o sintoma manifestado nas expressões corriqueiras como “A Folha de S.Paulo disse que...”, “O Globo denunciou ontem...”, “A revista Veja afirma...”. E nisso reside o aspecto no qual se deve estar atento para compreender o jornal como sendo um *superenunciador* e não somente um *metaenunciador*, como aponta Maingueneau.

Para avançar na caracterização proposta, primeiramente é necessário distinguir os enunciados que compõem o jornal impresso entre dois tipos: os que são produzidos pela instância de enunciação complexa que é o jornal e os que são produzidos por agentes enunciativos externos a essa instância; em outras palavras, enunciados que são produzidos pela “Redação” e enunciados que não são produzidos pela “Redação”.

Essa distinção não se atém somente aos aspectos do produtor de determinado enunciado. No caso do jornal impresso, essa separação também implica a distinção de responsabilidade discursiva frente ao enunciado produzido. Um artigo de opinião assinado, uma charge, uma crônica, críticas, uma coluna etc., têm sua autoralidade marcada e, conseqüentemente, sua responsabilidade atribuída a quem os assina – têm *autor*, pela perspectiva de Maingueneau. Já os enunciados pertencentes ao gênero jornalístico informativo (como as notícias, reportagens, notas, matérias etc.) são produtos da intervenção de inúmeros agentes enunciativos e, mesmo quando o texto é assinado por um jornalista ou a foto tem o crédito do fotógrafo, sua responsabilidade discursiva recai sobre o jornal, uma vez é assim que o enunciado se apresenta e circula dentro da esfera jornalística.

Maingueneau afirma que “[...] a autoralidade, com efeito, não está ligada de maneira definitiva a um texto, ela depende amplamente da maneira pela qual o texto circula e é reempregado.” (MAINGUENEAU, 2012, p.152, tradução nossa)⁷, e é justamente na diferença de percepção da responsabilidade enunciativa que recai a postulação do jornal como *superenunciador*: enquanto um artigo assinado por algum colunista tem sua responsabilidade e credibilidade junto à esfera discursiva que circula atribuídas a este colunista (por exemplo: o fulano de tal disse na sua coluna no jornal tal que...), os enunciados pertencentes ao gênero informativo jornalístico, diferentemente, têm sua responsabilidade e credibilidade atribuídas ao jornal pela esfera de recepção,

⁷ Original: “L’auctorialité, en effet, n’est pas attachée de manière définitive à un texte, elle dépend largement de la manière dont le texte circule et est réemployé.” (MAINGUENEAU, 2012, p.152).

independentemente de serem assinados ou não (o jornal tal disse que...). A assinatura, neste caso, não passa de mera vaidade de ofício do jornalista⁸.

Maingueneau identifica aspectos dessa dinâmica ao dizer:

Em um jornal alguns textos não são assinados, outros são assinados pelas iniciais, outros pelo nome completo. Uma certa gradação repousa sobre o fato de que de qualquer maneira o texto faz parte desta instância autoral superior, o jornal. (MAINGUENEAU, 2012, p.151, tradução nossa)⁹.

É importante frisar que o apagamento das marcas dos diversos agentes enunciativos que produzem um enunciado pertencente ao gênero jornalístico informativo tem como função, para além de produzir a *objetividade aparente* ou o *efeito de transparência* característicos deste gênero, o de construir um enunciador que transcende a todos esses enunciadores individualizados, transcendência esta que instaura a posição de enunciador. Não é mais o jornalista X que assina a matéria, ou o diagramador Y que construiu a disposição verbo-visual da página, ou o editor Z que fez a manchete ou mesmo destacou determinados trechos verbais quem enuncia, mas quem passa a enunciar é *o jornal*, que também assume a responsabilidade discursiva, se tornando “a instância que é apresentada como seu responsável”¹⁰ (MAINGUENEAU, 2012, p.152, tradução nossa). Eis aí a caracterização da instância de enunciação complexa que é o jornal como um *superenunciador*.

Mas por que *super* e não *meta*?

O jornal, dentro dessa dinâmica, ganha o estatuto de superenunciador porque o enunciado produzido por essa instância de enunciação complexa, cuja autoralidade recai sobre o jornal, ganha uma credibilidade junto à esfera que circula que não poderia ser obtida pelos agentes enunciativos que produziram esse mesmo enunciado caso enunciassem isoladamente, caso não pertencessem a essa instância.

É claro que esta credibilidade não é prerrogativa de qualquer jornal impresso, uma característica intrínseca dele. A credibilidade está vinculada ao estatuto que determinado jornal possui junto à sociedade; os que a possuem são denominados jornais *de referência*¹¹.

⁸ Não está em debate as implicações jurídicas sobre a assinatura do jornalista ou não, o que está em foco é a forma pela qual os enunciados são compreendidos discursivamente pela esfera de recepção na qual circulam.

⁹ Original: “*Dans un journal certains textes ne sont pas signés, d’autres sont signés par des initiales, d’autre par un nom complet. Une telle gradation repouse sur le fait que de toute façon le texte fait partie de cette instance auctoriale supérieure, le journal.*” (MAINGUENEAU, 2012, p.151).

¹⁰ Original: “[...] *l’instance qui est présentée comme son responsable.*” (MAINGUENEAU, 2012, p.152).

¹¹ O termo *jornal de referência* é comumente usado para designar os grandes veículos de comunicação que são reconhecidos socialmente como relevantes no trato com a informação, em detrimento dos ditos *sensacionalistas*, popularescos ou mesmo dos pertencentes à dita *imprensa marrom*: “[...] esses adjetivos eram uma forma de designar produtos concorrentes no campo mediático da época. Designar um produto como ‘sujo’ ou ‘marrom’ é impor e legitimar uma representação do jornal ideal.” (BARROS FILHO, 2001, p.24). A época a que se refere o pesquisador remonta ao final do século XIX, quando o campo jornalístico se consolidava e nele se apresentava o conflito entre esses dois polos de produtores de enunciados jornalísticos. É importante ressaltar que a consolidação

O superenunciador *jornal* também é constituído pelo processo de apagamento de algumas marcas de subjetividade dos agentes enunciativos envolvidos na produção dos enunciados noticiosos; utilizando-se uma padronização léxica e vocabular comum a todo o jornal, possibilitando a percepção de um todo orgânico. Empregam-se estratégias enunciativo-discursivas que constroem o efeito de objetividade, imparcialidade, equilíbrio e apartidarismo. Apresentam-se os enunciados opinativos/subjetivos de forma apartada e claramente marcada, o que cria o atributo de informativos/objetivos por oposição. Instaura, desse modo e por esses meios, a posição enunciativa daquele que enuncia a *verdade*¹², pois se arroga e se apresenta como isento¹³.

O enunciado do superenunciador busca apresentar-se discursivamente junto à sua esfera de circulação, por meio das estratégias enunciativo-discursivas apontadas, como travestido de imparcialidade e imbuído da “missão jornalística” da busca pelo “bem comum”, enquanto que o discurso de qualquer outro agente enunciativo (seja o *outro lado*¹⁴ oferecido a um acusado, a uma posição de um governo, de um partido, de um grupo social/cultural/econômico etc.) é compreendido e trazido como um *discurso interessado* (pois, em última instância, reflete o interesse particular deste agente enunciativo). E todo discurso interessado é passível de desconfiança. É nisso que reside a força desse enunciador que faz caracterizá-lo como *superenunciador* como proposto neste artigo: basta ver o desnível que existe entre um dito dessa instância e um contradito de outro enunciador que não pertence a ela.

A Folha de S.Paulo e as marcas *superenunciativas*

Para encerrar o artigo, será analisado um conjunto noticioso publicado no jornal *Folha de S.Paulo* com o intuito de mostrar o apagamento dos agentes enunciativos envolvidos em sua produção e, como será demonstrado, a construção de uma *marca superenunciativa* que reforça o caráter de superenunciador construído pelo jornal impresso.

de um determinado jornal como *de referência* passa pela adequação dos enunciados, cuja produção é de sua responsabilidade, ao gênero jornalístico informativo, gênero que se orienta pela busca da objetividade, da imparcialidade e da relevância de suas pautas.

¹² Os jornalistas sabem que não enunciam a *verdade* e atualmente muito se questiona até mesmo se ela existe; entretanto é construído um *efeito de verdade* que é um dos pilares da credibilidade jornalística e a origem da força discursiva do *superenunciador*. Uma discussão mais aprofundada sobre isso pode ser vista em pesquisa anterior (VIANNA, 2011).

¹³ Uma visão divergente a esta pode ser encontrada em Magalhães (2010, 2014), para quem a tensão não reside entre a objetividade/subjetividade no fazer jornalístico, mas sim no processo de objetivação e de subjetivação envolvidos na prática jornalística. Para ele, “A demonstração de um conceito de objetivação que se define não pela oposição à subjetivação, mas pela coadunação de ambos os processos, a partir da própria prática jornalística, aponta para a produtividade operacional desse pilar ético profissional. Isso porque, se a noção de objetivação como apagamento de subjetivação se vale de uma ingenuidade diante do fenômeno da linguagem e instaura dilemas e conflitos na tarefa jornalística, a noção de objetivação como um modo de articulação intersubjetiva abre um leque de possibilidades para ação responsável nessas mesmas tarefas.” (MAGALHÃES, 2014, p.114).

¹⁴ Rubrica utilizada pelo jornal *Folha de S.Paulo* como espaço destinado à presença do contraditório (a palavra de algum acusado, por exemplo) num enunciado noticioso.

A notícia principal aqui selecionada foi publicada no jornal no dia 4 de dezembro de 2010, no caderno “Cotidiano”, página C4. Está localizada na metade superior da página, conforme se nota na reprodução feita na sequência.

Intitulada “**PM é proibido de usar mochila em blitz**”¹⁵, a notícia informa que, por decisão do Comando-Geral da Polícia Militar do Rio de Janeiro, os policiais militares não têm mais permissão de portar mochilas durante as incursões no conjunto de favelas conhecido como “Complexo do Alemão”. A notícia relembra denúncias sobre abusos, roubos e intimidações por parte dos policiais que foram publicadas pelo mesmo jornal durante a semana em que a matéria foi publicada. Essa é a síntese do fato que foi noticiado.

Desse conjunto noticioso, que inclui a grande fotografia, a primeira notícia e as duas menores que se encontram logo abaixo dela, conjunto esse que ocupa os dois terços superiores da página do jornal, temos marcados somente quatro nomes que remetem a agentes enunciativos: os dos jornalistas Fabia Prates, Diana Brito e Cirilo Júnior, como também do fotógrafo Joel Silva (no canto superior direito da fotografia). O conjunto presente no último terço da página não será analisado por se tratar do obituário e, conseqüentemente, não se adequar ao gênero jornalístico informativo já descrito neste artigo.

Não são, entretanto, somente esses quatro agentes enunciativos aqueles que produziram o enunciado: como já visto, há de se compreender que ele foi produto enunciativo da intervenção de diversos outros agentes: o editor, o diretor de fotografia, o diagramador, o redator (copidesque), o autor do projeto gráfico do jornal etc., cujo trabalho também tem importância na produção de sentido.

¹⁵ Como o interesse nessa parte do artigo é o de apontar as marcas superenunciativas, não faremos a análise verbo-visual deste conjunto noticioso, mesmo sabendo que ela também faz parte da produção de sentido presente no jornal impresso.

Figura 1 – Reprodução da página C4 da seção Cotidiano (04/12/2010)



Soldados da Direção-Durante ocupação no Alemão

PM é proibido de usar mochila em blitz

Após denúncias de desvio de objetos, governador diz que moradores podem filmar revistas em casa

CONFRONTO NO RIO
Somente policiais do Bope poderão participar das operações militares usando mochila no Complexo do Alemão

ARA PARETES
no Rio

Policiais militares estão proibidos de usar mochilas nas incursões pelo Complexo

Polícia prendeu 118 desde o início dos ataques

ISANA BRITO

Batalhão divulgado ontem à noite pela Polícia Civil informa que 118 pessoas foram presas e 71 menores apreendidos desde o dia 21, quando começaram os ataques do tráfico na cidade.

Dos presos, 62 são suspeitos de associação com o tráfico e 36 de dano qualificado — homicídios e depredações. O governo ainda não tem o total de mortos, presos e apreensões feitas. Segundo a secretaria, há "pelo menos" 40 pessoas mortas.

CLÁUS CLEANDRINO
PAI DE PEZÃO
É DETIDO
NO ALEMÃO

O pai de Luciano Martins no da Silva, o Pezão, acusado de ser o chefe do tráfico de drogas no Alemão, foi detido ontem sob acusação de venda ilegal de gás de cozinha. Pezão está foragido. O pai do traficante foi autuado, mas é delegado estigiloso há cerca de R\$ 5.000 para ele ser solto.

Exército vai tirar batalhão de perto do tráfico

CERLE JENSON

O temor de que ex-militares sejam cooptados por traficantes levou ao decreto do Exército de transferir a sede da Brigada de Infantaria Paracaidista do Rio para Goiânia. A mudança ainda não tem data marcada.

A Brigada é a tropa que vai permanecer no Alemão nos próximos meses. A transferência já tinha sido defendida antes de a tropa entrar na operação contra o tráfico.

Embora isso não seja admitido abertamente, casos

de militares cooptados pelo crime são comuns. anos anteriores ao sinal vermelho na cidade do Rio de Janeiro.

Atualmente, as transferências da Brigada tem motivações diversas. A justificativa é que em Goiânia os deslocamentos serão mais ágeis.

Um general da reserva da Brigada, que participou das discussões que definiram a mudança, confirma que se aproximaram de soldados como o tráfico de drogas foi sendo desativado.

Essa preocupação sempre esteve na pauta do dia. Estávamos treinando solda-

dos para o tráfico", diz o militar, que pediu anonimato.

Levantamento do Ministério Público Militar aponta que de 1997 a 2001 de 195 militares que foram expulso, 189% cometeram atos criminais fora do Brasil, o maior percentual registrado em todo o mundo.

Parte dos soldados da Brigada mora em favelas e ganha salário em torno de R\$ 1.300. "A fiscalização tem que ser intensificada, colocando mais oficiais e sargentos na rua", afirma o coronel da reserva Douglas Duarte Filho, da Inteligência do Ministério Público Militar.

MORTES

EDSON PEREIRA AMORIM - Am 62, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

JOSÉ ANTONIO DE AQUINO - Am 51, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA DA CONCEIÇÃO RODRIGUES - Am 67, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

JOSÉ FERREIRA DE SOUSA - Am 67, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA CECÍLIA PEREIRA DOS SANTOS - Am 70, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

RODOLFO EDUARDO PUGLISI RODRIGUES - Am 33, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

ANTONIO DE CARVALHO - Am 56, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

GUSTAVO HEISENBERG - Am 17, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA CECÍLIA FRANCA - Am 56, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA HELENA LELLES WASCANAN - Am 51, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

WELSON DE CAMPOS - Am 37, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

PAULO VIRGILIO DE GODOY - Am 51, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

FERRO COCCO - Am 18, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

ANTÔNIO DE CARVALHO - Am 56, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

GUSTAVO HEISENBERG - Am 17, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA CECÍLIA FRANCA - Am 56, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

MARIA HELENA LELLES WASCANAN - Am 51, brasileira, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

WELSON DE CAMPOS - Am 37, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

PAULO VIRGILIO DE GODOY - Am 51, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

FERRO COCCO - Am 18, brasileiro, carioca, Comendador e Comendador Honorário.

ANGELO MAGRINI LIMA (1916-2010)

Professor e ex-prefeito de Bragança

ESTYLA BERTONI
em São Paulo

Em Bragança Paulista, município a 85 km de São Paulo, existe uma rua, um conjunto habitacional e um pequeno liceu para os melhores poemas com o nome de Angelo Magrini Lima.

Registrou de nascimento, Angelo foi professor, cantor e com uma profissão — Alhofoletta, a mulher, dá nome a uma escola da cidade — e teve dois filhos que seguiram a mesma profissão dos pais.

Após ter feito estagiário por um tempo, ele foi dar aulas no São João, colégio co-

mandado por religião, mas ficou conhecido como professor de português, com o nome de Filho, Reginaldo.

Nos anos 60, com alguns sócios, Angelo comprou um colégio, o São João, onde há duas salas. Lecionava e em sua casa, ele costumava assistir às atividades didáticas na casa dos 30 anos.

Até os 70, chefiou o IBCE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) no município. E também teve cargo político, teve que desistir.

Nos anos 60, foi prefeito. Segundo o filho, o pai só to- pa-se candidatar por insu-

ficiência dos alunos. Sob sua administração, foi com quem a cidade começou a ter energia elétrica, conta Reginaldo.

Pela primeira vez, também levou a cidade uma equipe internacional — os jogadores dos IBCE que estavam nos Jogos Pan-Americanos em São Paulo — para a cidade de Bragança.

Descrição pelo filho como professor à moda antiga, teve alunos burocratas, como o autor de novelas Manoel de Barros.

Até o ano passado, ainda não para pensar. Morreu ontem, aos 94, de falência de órgãos. Tive dois filhos, até hoje e este bilizão.

www.angelo.com.br

O ISA - Instituto Socioambiental com muita tristeza o falecimento nesta sexta-feira, 3 de dezembro de 2010, de

Enrique Svirsky
seu secretário executivo adjunto e sócio fundador. Nosso querido Enrique está velado na manhã deste sábado (4/12), em São Paulo, no Velório da Beneficência Portuguesa, de onde sairá para o Crematório de Vila Alpina.

Fonte: PM... (2010).

Na notícia principal, há quatro ocorrências do nome do jornal francês em negrito:

- A **Folha** publicou nesta semana diversos relatos de moradores [...] (primeira linha do quinto parágrafo);
- Questionada pela **Folha**, a assessoria de imprensa da Polícia Militar disse [...] (primeira linha do sétimo parágrafo);

- Um policial disse à **Folha** que nos primeiros dias da operação [...] (primeira linha do oitavo parágrafo);
- A Polícia Militar nega, mas a **Folha** apurou que a proibição do uso de mochilas [...] (primeira linha do nono parágrafo).

Na matéria secundária intitulada “Polícia prendeu 118 desde o início dos ataques” há uma ocorrência do nome do jornal grafado em negrito, na sétima linha do quarto parágrafo: “A **Folha** registrou no período ao menos 51 pessoas mortas [...]”.

Como é possível perceber pelas manifestações recortadas, a utilização do nome do jornal em negrito acaba por funcionar como uma sinédoque do jornalista, já que a parte (o enunciador jornalista) é tomada pelo todo (o superenunciador Folha de S.Paulo). Com exceção do primeiro exemplo, no qual a referência é diretamente relacionada ao veículo de comunicação (A **Folha** publicou...), nas demais o emprego desta marca ela aparece como um *ser animado*, já que ela questiona, ouve, apura...

É interessante ver a definição que está no Manual de Redação do referido jornal sobre o emprego dessa marca:

Folha – é a forma como a **Folha de S. Paulo** se refere a ela mesma. Use o termo com moderação, sempre em negrito e começando com letra maiúscula. Em títulos, legendas e Notas da Redação não use o negrito. O nome do jornal só deve ser grafado por extenso na transcrição de textos de terceiros, como cartas ou íntegras. Nesse caso, mantenha o negrito e a abreviatura *S.* sem espaço antes de *Paulo*: **Folha de S.Paulo**. (FOLHA DE S. PAULO, 2010, p.71-72, grifo do autor).

Logo na primeira linha da definição, é possível flagrar uma pequena contradição, pois, sendo um texto explicativo sobre a utilização da marca **Folha**, ele deveria dizer que essa marca enunciativa (nesse caso, *superenunciativa*, como afirmarei na sequência) deve ser utilizada pelos agentes enunciativos quando se referirem ao jornal em que trabalham; mas, contraditoriamente, a explicação da marca contém a própria utilização dela, pois parte da pressuposição de que esses agentes enunciativos não são agentes enunciativos mas sim o próprio jornal: “é a forma como a **Folha de S.Paulo** se refere a ela mesma”.

Por que assumir esse tipo de construção como uma marca *superenunciativa*? Porque a sua utilização fortalece a construção da instância superior de enunciação que é o jornal, apagando as marcas dos diversos agentes enunciativos que participaram da produção do enunciado e, ao mesmo tempo, construindo uma *corporalidade* a essa instância, reafirmando seu caráter de *autor* e *fiador* do dito, instaurando-a como um *superenunciador* que garante uma forma privilegiada de circulação desse enunciado na esfera social, instaurando o desnivelamento apontado na parte final da seção quatro do presente artigo. O caráter impessoal, transcendente, dessa marca enunciativa (que

apaga a relação com os agentes enunciativos diversos envolvidos na construção do enunciado) é constitutiva da formação da instância de enunciação complexa, que é o jornal, como um *superenunciador* e assim deve ser compreendida como uma *marca superenunciativa*.

Considerações finais

Compreender a instância de enunciação complexa que é o jornal como um *superenunciador* é importante ao analista do discurso que tem os produtos da mídia impressa como objeto de estudo, uma vez que sua constituição como tal é parte integrante da forma como seus enunciados são produzidos e, tão relevante quanto, como são recepcionados na esfera discursiva nas quais se inserem.

O veículo de comunicação jornal não pode, como foi tentado demonstrar, ser tomado como um simples *metaenunciador*, que se constituiria na *relação* entre os diversos enunciados dos agentes enunciativos que desse jornal fazem parte. Apresentar diversos artigos de opinião, charges, editorial – quem têm a autoria marcada – assim como enunciados pertencentes ao gênero jornalístico informativo, implicaria compreender o jornal como um mero *suporte*, mesmo que dessa relação seja constituída uma imagem discursiva do veículo, um *ethos* específico; o que é insuficiente para compreender e analisar o posicionamento discursivo de um veículo de comunicação dentro da esfera discursiva na qual existe.

É absolutamente necessário, para efeito de análise, fazer uma primeira distinção entre os enunciados contidos em um jornal impresso: 1) os que são produzidos pela Redação do jornal; e 2) os que são produzidos por outros agentes externos à Redação do jornal e/ou se marcam enunciativamente como distintos.

Dentre os contidos no primeiro caso, por sua vez, é preciso distinguir entre 1.1) os que se inserem no gênero jornalístico informativo; e 1.2) os de outros gêneros (editorial, por ser opinativo, obituário, críticas etc.).

Se o objetivo for a análise do jornal em um primeiro plano, tomando seu conjunto como um todo, sem qualquer tipo de distinção como a que recai sobre a produção de cada enunciado, pode-se encará-lo como um *metaenunciador* da forma como delimitada por Maingueneau. Porém essa abordagem é pouco produtiva para efeito de análise de posicionamentos discursivos, até porque é recorrente a prática de, por exemplo, ter entre sua equipe de colunistas aqueles de posicionamentos contrários, justamente para reforçar a imagem do veículo como apartidário, isento, etc. Se o objetivo de análise for, entretanto, os enunciados de responsabilidade da Redação do jornal e que se enquadram no gênero jornalístico informativo, a compreensão do jornal como *metaenunciador* se mostra insuficiente, uma vez que não aprofunda a influência do gênero no próprio processo de realização do enunciado analisado, assim como ignora os efeitos de sentido produzidos pelas estratégias enunciativas e as do próprio gênero. Estratégias essas que, por um lado, são oriundas de intervenções de diversos agentes enunciativos pertencentes

à instância de enunciação complexa que é o jornal e, por outro, apagam as marcas destas intervenções e constroem uma nova figura enunciativa, que assume a responsabilidade discursiva pelo dito e, orientando-se pelas prescrições genéricas, instaura uma posição enunciativa privilegiada na esfera de circulação de seu enunciado, posição privilegiada que não poderia ser assumida por nenhum dos agentes enunciativos envolvidos se enunciassem isoladamente, mas que é garantida pela personificação discursiva desta instância superior, pela construção do *superenunciador* jornal.

Essas diferentes percepções de responsabilidades enunciativas são o que torna insuficiente a denominação do jornal como um *metaenunciador*: não se trata simplesmente de *graus de autorialidade* (MAINGUENEAU, 2007), mas sim de diferentes construções de posições enunciativo-discursivas que se originam da própria produção do enunciado pertencente ao gênero jornalístico informativo, acarretando, conseqüentemente, uma distinta forma de circulação deste enunciado na esfera discursiva a que pertence.

É fundamental ao analista do discurso, portanto, buscar compreender o funcionamento do processo enunciativo de um jornal e a conseqüente circulação desses enunciados nas esferas discursivas pertinentes. Para isso, há de se ter em vista que a instância de enunciação complexa que é o jornal não se reduz a um espaço enunciativo complexo onde há uma relação entre diversos enunciados pertencentes a autores distintos, como leva a crer a noção de *metaenunciador*. O próprio jornal, como empresa contemporânea que é, com quadro de funcionários, uma hierarquia extremamente rígida e, como não poderia ser diferente, detentor de pontos de vista e interesses próprios, também funciona (por meio da sua Redação) como uma instância de enunciação complexa que produz seus próprios enunciados (esfera de produção), enunciados esses que assumem uma circulação privilegiada na sociedade (esfera de circulação) e, conseqüentemente, uma posição privilegiada na formação da opinião pública (esfera de recepção).

É nesse privilégio discursivo, por assim dizer, que reside a força da influência do jornal, e esse privilégio é produto, por sua vez, de práticas enunciativo-discursivas específicas que constituem o gênero jornalístico informativo.

O jornal não se reduz a um *mediador* de diversos pontos de vista, um enunciador de enunciadores (*meta*), entretanto, sua cenografia e seu *ethos* propositadamente o fazem ser compreendido como tal – até porque faz parte da estratégia discursiva inerente ao jornal *de referência* mostrar-se plural, imparcial, apartidário e objetivo. O jornal é uma instância de enunciação complexa que visa informar e influenciar, mostrar e esconder, elogiar e criticar, e para tanto também constrói estratégias enunciativo-discursivas para ser exitoso em seu projeto, mostrando-se discursivamente como uma instância enunciativa “isenta” e guiada pela “busca da verdade”. Constrói para si mesmo, assim, uma posição enunciativo-discursiva privilegiada, se arroga detentor de credibilidade social, instaurando-se como um *superenunciador* – pois não somente apresenta enunciados diversos, mas também enuncia de forma privilegiada na esfera de circulação desses enunciados que é a opinião pública.

E é a essa forma particular de enunciar que merece a atenção do analista do discurso quando estudada a imprensa ou o discurso midiático, o que garante a pertinência de

compreender essa forma particular de enunciar como produto de uma instância de enunciação complexa construtora de um *superenunciador*.

Agradecimentos

Ao CNPq (Processo 141469/2012-9) e CAPES PDSE (processo 6079-13-0).

VIANNA, R. The newspaper as a complex enunciative instance: the superenunciator. **Alfa**, São Paulo, v.64, 2020.

- **ABSTRACT:** *This paper aims to understand the newspaper as a complex enunciative instance (MAINGUENEAU, 2008), based on the analysis of several enunciative agents, who take part in the newspaper's pages utterances construction, the news genre construction and the scenography produced on the newspaper. Those agents efface their own enunciative marks in order to enable a singular enunciator (the newspaper), putting aside its collective constitution and, this way, presenting its own ethos, coming to be a superenunciator. It also proposes the existence of enunciative marks that refer to this superenunciator; here designates as superenunciatives marks. In order to accomplish this proposal, it was analyzed Folha de S.Paulo newspaper and its editorial guidelines.*
- **KEYWORDS:** *Maingueneau. Newspaper. Ethos. Complex enunciative instance. Superenunciator.*

REFERÊNCIAS

BARROS FILHO, C de. **Ética na comunicação**. São Paulo: Moderna, 2001.

BRAIT, B. **Ironia em perspectiva polifônica**. 2. ed. Campinas: Unicamp, 2008.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise de Discurso**. Trad. Fabiana Komesu (coord.) São Paulo: Contexto, 2008.

FOLHA DE S. PAULO. **Manual de Redação**. 15.ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

GRILLO, S. **A produção do real em gêneros do jornal impresso**. São Paulo: Humanitas, 2004.

MAGALHÃES, A. S. Uma escuta dialógica para conflitos contemporâneos na imprensa. *In:* BRAIT, B.; MAGALHÃES, A. S. (org.). **Dialogismo: teoria e(m) prática**. São Paulo: Terracota, 2014. p.93-115.

MAGALHÃES, A. S. **Subjetivação, jornalismo e ética: uma abordagem dialógica**. 2010. 275f. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

MAINGUENEAU, D. **Analyser les textes de communication**. Nouvelle éd. revue et aug. Paris: Armand Colin, 2012.

MAINGUENEAU, D. **Cenas da enunciação**. Org. M. Cecília P. de Souza-e-Silva e Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008.

MAINGUENEAU, D. **Analyser les textes de communication**. 2.ed. Paris: Armand Colin, 2007.

PM é proibido de usar mochila em blitz. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, C4, 04 dez. 2010. Cotidiano.

RODRIGUES, M. G. **O “repórter Shiva”?** práticas discursivas e atividade de trabalho do jornalismo em tempo de mudanças. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

ROSSI, C. **O que é jornalismo**. 8.ed. São Saulo: Brasiliense, 1988.

VIANNA, R. O gênero jornalístico informativo na perspectiva do Círculo de Bakhtin. *In*: BRAIT, B.; MAGALHÃES, A. S. (org.). **Dialogismo: teoria e(m) prática**. São Paulo: Terracota, 2014. p.54-74.

VIANNA, R. **Jornalismo, ironia e “informação”**. 2011. 220f. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

Recebido em 16 de agosto de 2018

Aprovado em 30 de janeiro de 2019