

CRISTIANE CLEZIA SANTANA FELIX

EDITORIAL DE JORNAL: UM ESTUDO DOS OPERADORES
ARGUMENTATIVOS

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP

SÃO PAULO - 2011

CRISTIANE CLEZIA SANTANA FELIX

EDITORIAL DE JORNAL: UM ESTUDO DOS OPERADORES
ARGUMENTATIVOS

Monografia apresentada como exigência parcial para a obtenção do título de especialista em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação do Professor Doutor José Everaldo Nogueira Junior.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP

SÃO PAULO - 2011

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me ensinaram a ser tudo que sou hoje.

Ao meu marido, por estar sempre ao meu lado nos momentos difíceis e por me incentivar a nunca desistir da árdua profissão de educadora.

Aos professores do programa de Pós-Graduação em Língua Portuguesa, especialmente, ao meu orientador o Professor Doutor José Everaldo Nogueira Junior, pela sua dedicação e seriedade.

Enfim, a todos que me ajudaram nesta pesquisa, direta ou indiretamente.

RESUMO

A proposta deste trabalho é analisar o uso de operadores argumentativos na construção de enunciados de editoriais do Jornal Folha de São Paulo. Para tanto, objetivamos identificar como esses operadores podem funcionar enquanto recurso na construção do discurso persuasivo em editoriais do jornal Folha de S. Paulo.

Para atingirmos nossos objetivos, baseamo-nos no capítulo I, A Teoria da Argumentação; Linguagem e Discurso na Argumentação; As modalidades do discurso e Os operadores argumentativos.

As considerações feitas tendem a mostrar que o uso de operadores argumentativos pode tornar mais forte a argumentação dos editoriais de jornal, contribuindo para a persuasão. As funções básicas dos operadores nos editoriais são adicionar e contrapor argumentos. Esperamos que as análises feitas possam permitir ao leitor reconhecer estratégias discursivas, especificamente, os operadores argumentativos, usados nos editoriais de jornal, bem como sua intenção subjacente.

Palavras-chave: operadores argumentativos, editorial de jornal, argumentação.

SUMÁRIO

Introdução	6
Capítulo 1 – Fundamentação Teórica	9
1.1 A Teoria da Argumentação	9
1.2 Linguagem e discurso na argumentação	12
1.3 As modalidades do discurso	14
1.3.1 Os operadores argumentativos.....	16
Capítulo 2 – Gênero jornalístico opinativo editorial	19
2.1 A linguagem jornalística	19
2.2 Gênero textual: o editorial	21
Capítulo 3 – Análise de editoriais do jornal Folha de S. Paulo	23
Considerações Iniciais	23
3.1 Editorial 1: Equilíbrio eleitoral.....	23
3.1.1 Análise do editorial 1	24
3.2 Editorial 2: Reforma das agências	26
3.2.1 Análise do editorial 2.....	27
3.3 Editorial 3: Adoção polêmica.....	28
3.3.1 Análise do editorial 3.....	29
Considerações Finais.....	37
Referências Bibliográficas.....	39
Anexos	40

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como objetivo de estudo os operadores argumentativos como estratégia argumentativa. Pretendemos evidenciar, por meio de análises de editoriais do Jornal Folha de S. Paulo, a importância dos operadores argumentativos na construção do discurso jornalístico opinativo, verificando a intencionalidade do editorialista, juntamente com a ideologia do jornal em questão.

Recorrendo, um pouco, a história, temos entre os séculos XV e XVI, o surgimento das primeiras manifestações noticiosas, precursoras do jornal, e o jornalismo praticado, nesta época, era opinativo.

Atualmente, o jornalismo é difundido por meio da televisão, da rádio, da internet e pelo texto impresso cujo objetivo é informar, orientar a comunidade, levando-a a formar opinião ou posicionar-se em relação aos acontecimentos.

Com este propósito, é fundamental o papel das instituições que veiculam as notícias, pois a credibilidade e a integridade na apresentação dos fatos influenciam nas ideias do leitor, levando-o a crer numa verdade absoluta.

O papel do editorialista é essencial neste momento da escolha do assunto, pois será ele o porta voz da ideologia do jornal. No seu discurso, o editorialista usará de estratégias argumentativas para reforçar o posicionamento do jornal perante os fatos.

Com a intenção de fazer com que a informação seja aceita pelo leitor, e assim, obter sua adesão, o editorial caracteriza-se por ser um texto, no qual o jornal expressa sua opinião diante dos fatos de maior repercussão no momento.

Por considerarmos que há, ainda, um vasto campo a ser trabalhado e estudado no discurso jornalístico opinativo, o interesse surge ao tentarmos reconhecer os recursos e as estratégias argumentativas, especificamente, os operadores argumentativos. São essas estratégias argumentativas que refletem a ideologia veiculada no texto argumentativo, bem como, o interesse do editorialista em conseguir persuadir o leitor do editorial.

Sendo assim, procuraremos examinar aspectos relevantes neste trabalho, quanto ao estudo detalhado dos operadores argumentativos nos editoriais do Jornal Folha de S. Paulo.

Para orientar este trabalho, apresentamos a seguinte pergunta de pesquisa:

- a) Qual a importância dos operadores argumentativos na construção do editorial?

Estabelecemos como objetivo geral deste trabalho desenvolver uma pesquisa que contribua para os estudos de Língua Portuguesa, no que diz respeito à análise dos operadores argumentativos na construção do discurso jornalístico opinativo editorial.

Como objetivos específicos, estabelecemos:

1. Identificar a escolha dos operadores argumentativos feita pelo editorialista para a realização do editorial;
2. Verificar como os operadores argumentativos sustentam os argumentos do editorialista, de forma a persuadir o leitor.

Compreenderemos, no decorrer deste trabalho, conceito de linguagem e discurso no processo argumentativo comunicacional, bem como, a utilização de operadores argumentativos usados pelo autor em seu discurso intencional e persuasivo.

Como procedimentos metodológicos, estabelecemos:

- A pesquisa bibliográfica referente aos estudos sobre a argumentação, sobre a modalização, principalmente, os operadores argumentativos e sobre o jornalismo opinativo, no gênero editorial;
- A seleção do corpus para análise, entre os meses de maio e de junho 2010;
- A delimitação do corpus, selecionando três editoriais publicados entre esses meses;
- A análise do corpus de acordo com a categoria definida: operadores argumentativos;
- A discussão dos resultados obtidos.

O trabalho está organizado da seguinte forma: a introdução situa o problema, justifica o tema da pesquisa, apresenta os objetivos, os procedimentos metodológicos e a organização do trabalho.

O primeiro capítulo descreve o percurso histórico e teórico sobre os estudos da argumentação: a Teoria da Argumentação, Linguagem e Discurso na Argumentação, as modalidades do discurso e os operadores argumentativos.

O segundo capítulo aborda o gênero jornalístico opinativo: a linguagem jornalística e o gênero editorial.

O terceiro capítulo apresenta as análises dos três editoriais do jornal Folha de S. Paulo, selecionados segundo os princípios teóricos do capítulo I, apontando as marcas lingüísticas que expressam o posicionamento do editorialista em relação ao seu texto. Ao analisarmos essas marcas, verificamos o papel dos operadores argumentativos no discurso jornalístico e sua importância em interferir na decisão do leitor.

Por fim, as considerações finais apontam os resultados obtidos na análise.

CAPÍTULO 1 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo tem por finalidade apresentar a modalização como estratégia argumentativa do editorialista do Jornal Folha de S. Paulo. Abordaremos os estudos sobre a Teoria da Argumentação. Compreenderemos conceito de linguagem e discurso no processo argumentativo comunicacional, bem como, o uso da modalização, em destaque, os operadores argumentativos, usados pelo editorialista em seu discurso intencional.

Organizamos este capítulo em quatro seções: A Teoria da Argumentação; Linguagem e Discurso na Argumentação; As modalidades do discurso e Os operadores argumentativos.

As principais referências teóricas do capítulo são: Ducrot (1972); Bakhtin (1997); Reboul (2004); Abreu (2005), Perelman; Olbrechts-Tyteca (2005); Fairclough (2008); e Koch (2009, 2010).

1.1 A Teoria da argumentação

Os estudos sobre a argumentação iniciaram-se em Atenas, na Grécia antiga, por volta de 427 a.C., com o surgimento da Retórica. Nesta mesma época, os atenienses estavam vivenciando a primeira experiência de democracia. Todos os julgamentos eram submetidos ao voto popular. Então, era muito importante que os cidadãos soubessem falar e argumentar bem com outras pessoas, inclusive nas assembleias populares e nos tribunais, para isso, mestres itinerantes, conhecidos como sofistas, foram chamados para ensinar a arte retórica. Os mais importantes sofistas foram Protágoras e Górgias, segundo Abreu (2005).

Os sofistas usavam discursos que não pretendiam ser verdadeiros, nem mesmo verossímeis, mas eficazes, convincentes ao ponto de deixar o interlocutor sem réplica.

A retórica já não estava devotada ao saber, mas sim ao poder, segundo Reboul (2004).

Os sofistas foram os primeiros pedagogos e o objetivo de sua educação era capacitar os homens ao saber fazer a pedido do poder, excluindo outros tipos de saber e de conhecimento.

O primeiro professor de Retórica e fundador da técnica retórica de que há conhecimento foi Górgias Leontino, conhecido entre os atenienses por seus discursos brilhantes e sem obediência a objetivos políticos. Para ele, a oratória deveria excitar o auditório até persuadi-lo, completamente, e a linguagem precisaria ser bem trabalhada, cheia de efeitos, figuras e ritmos.

Retórica, do grego *rhetoriké*, designava a teoria ou ciência da arte de usar a linguagem a fim de persuadir ou influenciar. Pode significar, também, a própria técnica de persuasão. É a arte de bem falar, usando recursos da linguagem para persuadir, por meio das teses ou dos pontos de vista do orador, perante seu auditório.

A Retórica passa a ter uma base mais teórica e um sistema filosófico bem diferente dos sofistas com o aparecimento de Aristóteles. Ele escreveu dois tratados sobre a elaboração do discurso: A Retórica, que se ocupava da arte da comunicação, do discurso feito em público com fins persuasivos; e a Poética, que se ocupava da arte da evocação imaginária, do discurso feito com fins poéticos e literários.

A grande inovação de Aristóteles foi o lugar dado ao argumento lógico como elemento central na arte de persuasão. A sua Retórica é, sobretudo, uma retórica da prova, do raciocínio, do silogismo retórico; isto é, uma teoria da argumentação persuasiva.

Todos os conceitos concebidos pela Retórica em Atenas sofreram más interpretações do seu conceito original, que levaram os cidadãos atenienses à descrença, associando o discurso retórico a um discurso mentiroso e sem significado. A própria palavra “sofista” passava a significar uma pessoa de má fé que procurava enganar, utilizando-se de argumentos falsos.

Segundo Abreu (2005:32),

A retórica clássica se baseava, portanto, na diversidade de pontos de vista, no verossímil, e não em verdades absolutas. Isso fez com que a dialética e a filosofia da época se aliassem contra ela.

A Retórica apenas começa a desfazer sua imagem negativa, a partir dos estudos de Perelman em parceria com Olbrechts-Tyteca (2005:6), propondo a Nova Retórica – a Teoria da Argumentação,

Conquanto seja verdade que a técnica do discurso público difere daquela argumentação escrita, como nosso cuidado é analisar a argumentação, não podemos limitar-nos ao exame da técnica do discurso oral. Além disso, visto a importância e o papel modernos dos textos impressos, nossas análises se concentrarão sobretudo neles.

A Teoria da Argumentação inclui todo o campo do discurso, convencendo ou persuadindo, seja em qualquer tipo de auditório, isto é, independentemente do interlocutor ou da matéria a que se refere o assunto tratado.

Para Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005:61), *a argumentação é uma ação que tende sempre a modificar um estado de coisas preexistentes*. Portanto, a argumentação é um confronto de ideias pelas quais se cria um debate para se encerrar num acordo, que acontecerá por meio da permissão do interlocutor, adquirida pela argumentação racional.

O autor para persuadir o leitor, deve preocupar-se com os argumentos que utilizará, juntamente com a questão de estado de espírito da platéia e seus valores e crenças.

A argumentação eficaz se faz por meio de um conhecimento prévio do público alvo (auditório) e a linguagem que será utilizada, formando assim, um contrato intelectual.

Segundo Abreu (2005:26),

Argumentar é, pois, em última análise, a arte de, gerenciando informação, convencer o outro de alguma coisa no plano das idéias e de, gerenciando relação, persuadi-lo, no plano das emoções, a fazer alguma coisa que nós desejamos que ele faça.

Argumentar é a arte de convencer e persuadir: convencer o outro por meio da razão, demonstrando, provando; e persuadir o outro por meio da emoção.

O autor (idem:37), também expõe algumas condições para a argumentação. Primeiro, escolher uma tese e saber para que tipo de problema essa tese é o próprio produto. Segundo, usar uma “linguagem comum” com o auditório, pois é o autor que tem que se adaptar as condições intelectuais e

sociais dos seus interlocutores. Terceiro, ter um contato positivo com o auditório, sabendo ouvi-lo. Quarta condição é agir de maneira ética, argumentando com o outro de forma honesta e transparente, conferindo assim, uma característica importante no processo argumentativo que é a credibilidade, caso contrário, a argumentação fica parecendo uma manipulação.

Ao analisarmos a Teoria da Argumentação, verificamos que seu objetivo é criar um acordo, estabelecido pelo discurso, entre locutor e interlocutor, a fim de, por meio de estratégias argumentativas, a adesão do auditório. Portanto, um conhecimento prévio sobre argumentação, nos permitirá reconhecer toda a estruturação argumentativa usada na construção dos editoriais e como esses argumentos fortalecerão o ponto de vista do jornal e do próprio editorialista.

1.2 Linguagem e discurso na argumentação

Segundo Koch (2009:17),

A interação social por intermédio da língua caracteriza-se, fundamentalmente, pela argumentatividade, logo, todo discurso é dotado de intencionalidade.

O homem tem em sua própria linguagem uma intencionalidade, a fim de fazer com que outros compartilhem de suas determinadas ideias, influenciando-os nas suas respectivas ações. Seja em qualquer tipo de texto, narrativo ou descritivo, a argumentatividade está presente em maior ou menor grau.

Assim sendo, a argumentatividade está inserida no uso da linguagem e sua finalidade é estruturar todo o texto, compondo nele mecanismos mais comuns às modalidades do convencimento e da persuasão, tais como: figuras (de linguagem, de pensamento, de sintaxe), coesão, coerência, escolha lexical, expressões de valor fixo (termos ou expressões de grande aceitabilidade social, estereótipos), ironia (paródia, piada, chiste), citações, alusão dentre outros.

Segundo Koch (idem:17),

[...] se pode afirmar que o ato de argumentar, isto é, de orientar o discurso no sentido de determinadas conclusões, constitui o ato lingüístico fundamental, pois a todo e qualquer discurso subjaz uma ideologia [...]

O discurso é o resultado da apropriação que o homem faz da língua, com o objetivo de atuar e interagir socialmente, portanto, não há neutralidade num discurso, mesmo quando ele tenha a intenção de ser ingênuo, contem em si uma ideologia.

É através dos textos, que o discurso manifesta-se linguisticamente, tanto falado ou escrito, e tem a capacidade de formar significações. Para um discurso ser bem estruturado, é preciso que ele deva conter todos os elementos implícitos e explícitos necessários para sua compreensão.

Todo enunciado pode ter inúmeras significações e interpretações, assim quem o produz tem certas intenções, ao comunicar-se com outro. O sentido de um enunciado, também, dá-se pelas relações interpessoais que se estabelecem no momento da enunciação (locutor e interlocutor), atuando assim, suas intenções persuasivas.

Sendo assim, para Bakhtin (1997:308),

O enunciado é um elo na cadeia da comunicação verbal. Representa a instância ativa do locutor numa ou noutra esfera do objeto do sentido. Por isso, o enunciado se caracteriza acima de tudo pelo conteúdo preciso do objeto do sentido.

Para interpretar o discurso de alguém, não basta apenas indicar o que a pessoa disse, mas também em que nível ela o disse. O sentido “explícito” desencadeando significações “implícitas”. A distinção entre dizer e mostrar é que se pode chegar à ideologia na linguagem.

Assim sendo, Fairclough (2008:90), ao usar o termo discurso, propõe considerar *o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexa de variáveis situacionais*.

Podemos observar o discurso como sendo texto, prática discursiva e prática social, resultando assim, numa investigação da mudança social discursiva em sua relação com a mudança social e cultural.

Há uma funcionalidade de ação no discurso, em que as pessoas possam agir sobre o mundo, especificamente, sobre os outros e também, relacionando a prática social com a estrutura social. O discurso é moldado de acordo com os diversos eventos sociais.

Podemos distinguir três aspectos dos efeitos construtivos do discurso, que segundo Fairclough (2008) permite a constituição e construção de um mundo de significados: a função identitária (o discurso contribui para a construção das identidades sociais), a relacional (o discurso contribui para a construção das relações sociais entre as pessoas) e a ideacional (o discurso também contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença).

A prática discursiva varia entre diferentes tipos de discurso de acordo com fatores sociais. Os textos são feitos de formas particulares em contextos sociais específicos e consumidos também em contextos sociais diversos.

Assim sendo, Fairclough (2009) explicita que a prática discursiva dá-se mediante a realidade de mundo e interesses da classe dominante sobre o interesse coletivo, constituindo assim, uma hegemonia.

Nesse caso, existem dimensões sociocognitivas específicas de produção e interpretação textual, baseando-se no que os participantes tem interiorizados, trazendo para o discurso esse processo de interpretação que pode determinar a compreensão política e ideológica deste discurso.

Assim, a luta ideológica é vista como dimensão da prática discursiva, uma luta para reformular as práticas discursivas e suas ideologias. As ideologias surgem nas sociedades caracterizadas por relações de dominação. A mudança discursiva decorre da mudança social e cultural de um povo.

Portanto, podemos repensar a questão da prática discursiva como uma luta ideológica contra a classe dominante, usufruindo da própria linguagem para uma mudança social e cultural.

Como nosso trabalho tem como corpus os editoriais do jornal Folha de S. Paulo, a relação da linguagem com o discurso jornalístico e sua ideologia, nos permitirá identificar a ideologia do jornal e sua contribuição social perante os fatos.

1.3 As modalidades do discurso

Para Koch (2009:73) *as modalidades são consideradas como parte da atividade ilocucionária, já que revelam a atitude do falante perante o enunciado*

que produz. Assim, o autor, ao produzir seu discurso, manifesta sua intenção e atitude através dos atos ilocucionários de modalização que a língua oferece, ou seja, os operadores modais.

A autora (idem:85) cita os seguintes tipos de lexicalização da modalização:

- a) Performativos explícitos: eu ordeno, eu proíbo, eu permito, etc.;
- b) Auxiliares modais: poder, dever, querer, precisar, etc.;
- c) Predicados cristalizados: é certo, é preciso, é necessário, é provável, etc.;
- d) Advérbios modalizadores: provavelmente, certamente, necessariamente, possivelmente, etc.;
- e) Formas verbais perifrásticas: dever, poder, querer, etc. + infinitivo;
- f) Modos e tempos verbais: imperativo; certos empregos de subjuntivo; uso do pretérito com valor de probabilidade, hipótese, notícia não confirmada; uso do imperfeito do indicativo com valor de irrealidade, etc.;
- g) Verbos de atitude proposicional: eu creio, eu sei, eu duvido, eu acho, etc.;
- h) Entonação: (que permite, por ex.: distinguir uma ordem de um pedido, na linguagem oral);
- i) **Operadores argumentativos**: pouco, um pouco, quase, apenas, mesmo, etc.

Os modalizadores, para Koch (2009), são todos os elementos linguísticos usados na produção do enunciado, funcionando como indicadores das intenções do locutor em seu discurso. Os recursos utilizados pelo locutor são o que determina sua intenção e engajamento entre o que é dito e interpretado pelo interlocutor.

Os modalizadores apresentados neste estudo, especificamente, os operadores argumentativos, nos auxiliarão a identificar os recursos argumentativos usados pelo editorialista a fim de interferir na opinião do leitor.

1.3.1 Os operadores argumentativos

Segundo Koch (2009:112), *a argumentatividade está inscrita na própria língua do homem, ou seja, que o uso da linguagem é intencional, argumentativo*. Para ela, a compreensão sequencial de uma frase está inserida nas estratégias a serem usadas na decodificação de enunciados, o que nos permite o reconhecimento dessas instruções codificadas, dando-lhes valor argumentativo, atualizando, assim, possíveis leituras.

Na gramática normativa, existem diversos morfemas que são responsáveis por orientar o interlocutor numa prática discursiva, interligando os enunciados. Para uma retórica integrada entre os enunciados usamos os operadores argumentativos ou discursivos. São eles que determinam o valor argumentativo dos enunciados e que introduzem nesses, conteúdos semânticos para uma significação de sentidos.

Ducrot (1972) criou a Semântica Argumentativa e o conceito de Operadores Argumentativos. Estes, para designar elementos da gramática de uma língua que servem para indicar a força argumentativa dos enunciados. E para explicar o funcionamento desse conceito, o autor utilizou as noções de escala argumentativa e de classe argumentativa.

Quando temos um conjunto de enunciados servindo igualmente para uma mesma conclusão, denominamos de Classe Argumentativa. E quando temos dois ou mais enunciados de uma classe se apresentando de forma crescente no sentido de uma mesma conclusão, denominamos de Escala Argumentativa.

Destacamos os principais tipos de operadores, segundo Koch (2010:31),

- A) Operadores que assinalam o argumento mais forte uma escala orientada no sentido de determinada conclusão: até, mesmo, até mesmo, inclusive. Operadores que introduzem dado argumento deixando subentendida a existência de uma escala com outros argumentos fortes: ao menos, pelo menos, no mínimo;
- B) Operadores que somam argumentos a favor de uma mesma conclusão: e, também, ainda, nem (=e não), não só..., mas também, tanto...como, além de..., além disso..., a par de..., etc. O operador Alíás introduz um argumento a um conjunto de argumentos já enunciados, ele se apresenta como

desnecessário, mas é por meio dele que se introduz um argumento decisivo, resumindo todos os outros argumentos.

C) Operadores que introduzem uma conclusão relativa a argumentos apresentados em enunciados anteriores: portanto, logo, por conseguinte, pois, em decorrência, conseqüentemente, etc.

D) Operadores que introduzem argumentos alternativos que levam a conclusões diferentes ou opostas: ou, ou então, quer...quer, seja...seja, etc.;

E) Operadores que estabelecem relações de comparação entre elementos, com vistas a uma dada conclusão: mais que, menos que, tão...como, etc.;

F) Operadores que introduzem uma justificativa ou explicação relativa ao enunciado anterior: porque, que, já que, pois, etc.;

G) Operadores que contrapõem argumentos orientados para conclusões contrárias: mas (porém, contudo, todavia, no entanto, etc.), embora (ainda que, posto que, apesar de (que), etc.);

H) Operadores que têm por função introduzir no enunciado conteúdos pressupostos: já, ainda, agora, etc.;

I) Operadores que se distribuem em escalas opostas, isto é, um deles funciona numa escala orientada para a afirmação total e o outro, numa escala orientada para a negação total. Às vezes, tais operadores são morfologicamente relacionados, como é o caso de um pouco e pouco;

Vimos, portanto, o quanto é importante o estudo desses operadores argumentativos e a formulação dos diversos paradigmas que podem ser constituídos. E é essa relação paradigmática que determinará a classe argumentativa que o enunciado pertencerá.

Ressaltamos a necessidade de conscientização por parte do usuário da língua do valor argumentativo dessas marcas, para permitir-lhes percebê-las no discurso do outro e utilizá-las no seu próprio discurso.

Lembramos ainda, que para analisar os editoriais do jornal Folha de S. Paulo, de uma maneira mais abrangente, recorreremos a conceitos teóricos estudados neste capítulo.

CAPÍTULO 2 – GÊNERO JORNALÍSTICO OPINATIVO EDITORIAL

Este capítulo tem por finalidade apresentar estudos sobre o jornalismo opinativo, abordando a linguagem jornalística, a expressão da opinião no jornal e o gênero jornalístico, principalmente o editorial, que é o corpus do trabalho. Dessa forma, ressaltamos como o jornal expressa sua opinião, por meio de algumas estratégias jornalísticas usadas para influenciar o leitor.

Organizamos este capítulo em duas seções: A Linguagem Jornalística e Gênero Textual: o editorial.

As principais referências teóricas do capítulo são: Marcuschi (2003) e Lage (2006).

2.1 A Linguagem jornalística

A linguagem jornalística está relacionada, segundo Lage (2006), com os registros de linguagem, com o processo de comunicação e com compromissos ideológicos. Com relação aos registros de linguagem, podemos citar dois: o formal, que diz respeito à modalidade escrita, e o coloquial, que diz respeito à modalidade falada.

Para uma eficiência na comunicação, o registro coloquial é sempre preferível, pois é mais acessível para as pessoas menos escolarizadas e, mesmo para as que estudaram ou de alguma outra forma, lidam constantemente com a linguagem formal, permite mais rápida e maior expressividade.

A linguagem formal, para Lage (2006:49), *é uma imposição de ordem política, esteja ou não em lei. A pressão social valoriza seu emprego e qualifica de erro todo desvio.*

Sendo assim, a linguagem formal é mais duradoura e tende a preservar usos linguísticos do passado, podendo servir como índice de ascensão social. Ela se confunde com a ideia de nação, permitindo que a língua nacional se transforme, sem antes, seja testada para incorporar-se ao dicionário ou às gramáticas oficiais.

A linguagem jornalística é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal. Nela, utilizam-se, sempre que possível, de registros formais admissíveis, eliminando-se (com exceção das citações) expressões que manifestam preconceitos, adjetivos e advérbios que emitem juízos de valor, expressando a subjetividade de quem produz a mensagem; buscando a concisão, a simplicidade e a clareza da linguagem; atualizando a linguagem, por meio de neologismos; adaptando a linguagem ao público; e utilizando o discurso em terceira pessoa, com exceção do discurso direto.

A comunicação jornalística é referencial, isto é, centralizada no referente, pois o emissor oferece informações da realidade. Objetiva, direta, denotativa, prevalecendo a terceira pessoa do singular.

Podemos citar alguns fatores importantes do jornalismo que são: informar e orientar seus leitores com informações novas; dar credibilidade ao que se escreve; estabelecer um equilíbrio entre os interesses da população e os da instituição jornalística; interpretar os fatos para facilitar a leitura e a compreensão dos leitores.

Também, é importante destacar que a interpretação dos fatos é feita de acordo com a opinião da instituição, por meio das escolhas e do destaque que ela faz dos fatos que publica. Assim, a opinião da instituição pode ser percebida não só pelos editoriais, mas sim por todas as matérias jornalísticas publicadas.

Questões de ideologia estão presentes na linguagem jornalística, pois não se faz jornalismo fora do tempo histórico. A mídia assume o papel não apenas de informar, mas também de formar opiniões, à medida que seu discurso será portador de uma ideologia.

O discurso jornalístico é um dizer retórico que alia argumentos racionais e emocionais e que se utiliza de estratégias discursivas para a construção do verossímil, buscando a adesão do público. Sua estrutura é organizada a partir da intenção de persuadir. A intencionalidade do discurso pode se revelar a partir das estratégias retóricas escolhidas, assim como, os argumentos escolhidos para uma persuasão em que o orador e o auditório se confrontam.

2.2 Gênero Textual: O editorial

Foi nos últimos dois séculos que as novas tecnologias, especialmente, a área da comunicação, propiciaram o surgimento de novos gêneros textuais. Os usos dessas tecnologias e suas interferências no cotidiano comunicativo das pessoas facilitaram para os diversos tipos de gêneros, assim como, as formas discursivas novas, por exemplo: o editorial, o telegrama, e-mails, notícias dentre outros.

O uso dos gêneros atuais é caracterizado como práticas sócio-discursivas. A concepção de gênero assume sentidos bem distintos, conforme as perspectivas de vários autores, dentre eles, Marcuschi (2003:22),

Usamos a expressão gênero textual como uma noção propositalmente vaga para referir os textos materializados que encontramos em nossa vida diária e que apresentam características sócio-comunicativas definidas por conteúdos, propriedades funcionais, estilo e composição característica.

Sendo assim, os gêneros textuais são construídos por indivíduos, situados em um dado contexto, com finalidade específica. Eles são eventos comunicativos, construídos a partir de modelos pré-existentes na comunidade em que circulam, podendo ser identificados por meio de marcas linguísticas, ou da ausência delas, geralmente estereotipadas, como é o caso, por exemplo, do gênero editorial, que na maioria das vezes, não apresenta assinatura.

O editorial de jornal é um gênero textual, cujo texto procura evidenciar as tendências ideológicas do jornal sobre a atualidade, com temas polêmicos ou fatos que surpreendam a opinião pública, possuindo um caráter de verdade, fator esse, que nos leva à concepção aristotélica de que o texto visa estabelecer uma verdade única, definitiva e indiscutível.

O editorial é um texto muito intelectualizado, escrito na terceira pessoa do singular, com poucos parágrafos, contendo subtítulos, chamados de linha fina, que se destina a uma determinada classe de leitores. Trata-se de uma figura isolada, distante das matérias informativas que abordam ou não o mesmo assunto. Geralmente, o tema a ser abordado é de questão voltada à economia, política e administração ou assuntos selecionados, de acordo com os interesses de seus leitores específicos.

Ele pode aparecer na página de rosto do jornal ou internamente, manifestando-se de maneira tradicional, padronizada com seu discurso dinâmico estruturado pela introdução, pelo desenvolvimento e pela conclusão.

A opinião do jornal é emitida por meio dos editoriais, razão pela qual a opinião do editor é desenvolvida de acordo com os interesses do grupo proprietário. Mas as ideias do editorialista devem estar voltadas à comunidade, orientando a opinião pública, realizando assim, uma função textual, pois cumpre com o papel social de apresentar um novo argumento ao leitor, na tentativa de convencê-lo e/ou persuadi-lo em relação à validade de sua opinião.

Ao escolher o assunto e defender sua tese, o editorialista usa vários tipos de argumentos para construir o editorial, partindo de ideias organizadas e relacionadas entre si, mediante uma série de decisões que são subjetivas e influenciadas pela ideologia do jornal. Nos enunciados que direcionam a argumentação do editorial, estão presentes operadores argumentativos que podem reforçar o ponto de vista do que será defendido.

Portanto, o editorial de jornal, ao abordar questões sociais e políticas da atualidade, caracteriza-se como um espaço para o exercício da deliberação, da discussão e também, da argumentação. Eles contêm textos dissertativos e argumentativos, estruturados com a inserção de trechos descritivos, narrativos e injuntivos. Tem como intuito de apenas expor a opinião do jornal e tentar buscar a adesão do interlocutor e fazer com que ele acate suas opiniões e juízos de valor.

Por esse motivo, o uso dos operadores argumentativos ganha importância para o fortalecimento da argumentação nos enunciados. Definindo os valores dos argumentos, conforme sua escala argumentativa.

CAPÍTULO 3 – ANÁLISE DE EDITORIAIS DO JORNAL FOLHA DE S. PAULO

Este capítulo tem como objetivo analisar os operadores argumentativos, que indicam o posicionamento do autor em relação a seu texto.

Considerações iniciais

Conforme visto no segundo capítulo, os operadores argumentativos são certos elementos da língua, explícitos na própria estrutura gramatical da frase cuja finalidade é de fortalecer a argumentação e indicar o valor argumentativo dos enunciados. As escolhas lexicais do autor determinam sua opinião e a do leitor sobre os fatos. Abaixo, analisaremos o uso dos operadores argumentativos em três editoriais do jornal Folha de S. Paulo.

3.1 Editorial 1: EQUILÍBRIO ELEITORAL

Colada a Lula na TV, a candidata petista à Presidência, Dilma Rousseff, conseguiu **finalmente** alcançar nas pesquisas o postulante tucano, José Serra. No mais recente levantamento do Datafolha, tornado público neste final de semana, ambos aparecem com 37% das intenções de voto.

O empate não surpreende. A ex-ministra da Casa Civil **ainda** experimentava, em meses recentes, **menor** grau de conhecimento entre o eleitorado **do que** seu adversário. As várias inserções comerciais do PT na televisão, na semana retrasada, contribuíram para selar o vínculo entre Lula e a candidatura por ele fabricada.

A ofensiva publicitária gerou efeitos importantes **sobretudo** entre os leitores **já** simpáticos ao governo. A parcela dos que passaram a reconhecer em Dilma a representante de Lula na disputa presidencial aumentou dez pontos percentuais – eram 61% dos eleitores na pesquisa anterior, em abril, e são 71% agora.

O Datafolha mostra que a elevação do conhecimento sobre a candidatura de Dilma se deu **sobretudo** no Nordeste, entre as mulheres, os

mais jovens e os de menor renda. De forma bem sucedida para as pretensões petistas, o típico eleitor lulista foi **finalmente** apresentado à ex-ministra.

Ainda assim parece improvável que qualquer um dos postulantes se distancie de maneira acentuada do adversário **até** a data do pleito, em outubro.

Uma inevitável consequência desse possível cenário de equilíbrio é o acirramento de ânimos em parcelas da militância de ambas as candidaturas – que **já** alimentam uma rancorosa “guerrilha” no território da internet.

Mas o aguçamento da disputa **também** pode suscitar outros desdobramentos. Sem larga vantagem, **por exemplo**, é improvável que Serra ou Dilma se dêem ao luxo de fugir aos debates.

Será oportuno **se** a proximidade nas pesquisas compelir os candidatos a expor com mais detalhes as suas idéias. **Ainda que** as diferenças entre as duas candidaturas sejam **menores do que** alguns tentam fazer crer, ganham o eleitor e a democracia **se** elas forem apresentadas com clareza.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.636, São Paulo, 24 de maio de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

3.1.1 Análise do editorial 1

A ideia principal do editorial em questão é o fato do empate da candidata Dilma com o seu adversário José Serra. Conforme o editorialista, Dilma saiu do anonimato por causa de um grande desempenho publicitário investido pelo seu partido, o que acarretou maior número de votos na região do Nordeste e que um eleitorado específico. Em decorrência disto, todos os argumentos usados pelo editorialista, giram em torno de uma possível candidatura “fabricada” pelo atual Presidente do Brasil Luís Inácio Lula da Silva.

O editorialista utiliza-se de operadores argumentativos para entrelaçar suas idéias e opiniões, levando o leitor a repensar que o empate entre ambos candidatos gera uma questão positiva no sentido de que tanto o povo brasileiro quanto a democracia ganharão se as propostas políticas foram apresentadas com detalhes e clareza.

A seguir apresentaremos alguns operadores argumentativos, utilizados pelo editorialista, que reforçaram sua intenção.

No primeiro parágrafo, o editorialista usa o operador argumentativo: **Finalmente** para confirmar o ato de asserção posterior das informações que se seguem no próximo parágrafo: o empate das intenções de voto da candidata Dilma Rouseff com o do outro candidato às eleições à presidência.

No segundo parágrafo, o editorialista usou o operador argumentativo **Ainda** para exercer o papel de marcador de tempo, introduzindo no enunciado conteúdos pressupostos, marcando a repetição de um acontecimento, de que a candidata Dilma experimentava antes, menor grau de conhecimento entre o eleitorado do que seu adversário e com isso objetivando causar no leitor um efeito argumentativo: reforçar a tese defendida de que o empate não surpreendeu. E falando nisso, o uso dos operadores argumentativos **Menor...do que** estabeleceram relações de comparação entre elementos (Dilma e Serra) para uma dada conclusão futura.

No terceiro parágrafo, podemos notar a força argumentativa quando o editorialista usou os operadores **Sobretudo** e **Já**. O operador **Sobretudo** introduziu um argumento apresentado como acréscimo a favor de uma determinada conclusão e o operador **Já** enfatizou a mudança de estado, realçando a informação, sustentando grande parte do efeito argumentativo.

Também, no parágrafo seguinte, ou seja, no quarto parágrafo, o operador **Sobretudo** usado, especificou a área que maior obteve conhecimento sobre a candidatura de Dilma, o Nordeste e o tipo de eleitorado que atendeu às expectativas petistas. O uso do operador argumentativo **Finalmente** foi usado para confirmar o ato de asserção anterior: o típico eleitor lulista.

No quinto parágrafo, o editorialista usou o operador argumentativo **Ainda assim** para introduzir mais um argumento em favor de uma conclusão, podendo mudar a ação do leitor, apresentando-o como algo excessivo, improvável. O uso do operador argumentativo **Até** marca um argumento fraco para chegar a uma conclusão.

No sexto parágrafo, o operador argumentativo **Já** foi usado para confirmar algo que existia algum tempo: a rinha na internet entre os candidatos.

No sétimo parágrafo, o editorialista chama o leitor novamente para a atual situação, usando o operador **Mas**, com a intenção de advertir sobre algo

que ele apresentará em seguida, delimitando uma ideia que seria improvável com o operador **Também** para acrescentar mais um argumento que pode ser decisivo para a conclusão da tese inicial. Ainda neste parágrafo, o uso do operador **Por exemplo** foi usado para exemplificar a questão levantada pelo editorialista.

No último parágrafo, o editorialista dá sua sugestão, usando um operador argumentativo condicional **Se**. Esse operador argumentativo foi usado para persuadir o leitor a aderir à opinião do editorialista, colocando o argumento como hipotético. Isso permite ao enunciador retratar-se, voltar atrás dada uma certa condição de irrealidade (apenas possibilidade) do argumento. Ainda no mesmo parágrafo, o editorialista usou o operador argumentativo **Ainda que** para concluir sua tese principal, acompanhado do operador que indicam uma proporção **Menores do que** medindo peso dos argumentos colocados, desencadeando numa possibilidade com o condicional **Se**.

Os argumentos apresentados têm uma intenção: levar o leitor a acreditar que o empate das intenções de voto entre os candidatos Dilma Rousseff e José Serra é positivo, pois faz com que os planos de governo e clareza nas intenções dos políticos em questão, venham a favorecer numa melhor decisão do eleitorado.

3.2 Editorial 2: REFORMA DAS AGÊNCIAS

Mais de uma década depois de implementado o modelo de agências reguladoras no país é forçoso reconhecer alguns problemas.

Concebidas para defender o interesse dos consumidores **e** garantir o bom funcionamento de distintos setores da atividade econômica, as agências muitas vezes cumprem suas funções de maneira insatisfatória.

Embora o modelo, de uma maneira geral, seja adequado, são comuns indícios de sujeição dessas autarquias a interesses opostos àqueles que deveriam proteger.

Faltam-lhes muitas vezes instrumentos para impedir a subordinação às diretrizes do governo de turno e aos propósitos de seus “parceiros” privados. Não raro, surgem desconfianças sobre a cooptação de funcionários por empresas que deveriam fiscalizar.

A estatal Telebrás, **por exemplo**, que será reativada pelo governo, deverá contar com quadros hoje a serviço da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações). Empresas que atuam neste setor temem, com razão, fornecer informações a servidores que em breve defenderão os interesses de uma empresa concorrente.

Também são freqüentes as transferências de ex-diretores dos órgãos reguladores para a iniciativa privada, onde passam a ocupar cargos nas mesmas empresas que antes fiscalizavam.

Faz sentido, **portanto**, que se queira discutir a reforma das agências. Tramita no Congresso projeto com o objetivo de conferir mais transparência às decisões colegiadas dessas autarquias.

As reuniões de seus integrantes deverão ser abertas **e** seguidas da publicação de votos e documentos, prática **ainda** não adotada por todos os órgãos. **Também** pretende-se criar uma comissão, com representantes de entidades de defesa do consumidor, para examinar as decisões tomadas.

O projeto acerta ao enfatizar a necessidade de mais transparência. É o acompanhamento público da atuação dos membros dessas entidades que poderá protegê-las das ameaças de cooptação a que sempre estarão expostas.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.637, São Paulo, 25 de maio de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

3.2.1 Análise do Editorial 2

A ideia principal do editorial em questão é a falta de transparência das agências que foram concebidas para defender o interesse dos consumidores e garantir um bom funcionamento dos setores da atividade econômica. O editorialista por meio de argumentos reforça sua tese em ter uma reforma dessas agências que estão a serviços de interesses opostos àqueles que deveriam proteger – os consumidores. Os argumentos expostos apóiam na má conduta dos órgãos competentes e projetos no Congresso com o objetivo de conferir mais transparência às decisões colegiadas dessas autarquias.

No primeiro parágrafo, o editorialista inicia usando o operador argumentativo **Mais de** para ilustrar a argumentação, permitindo que o eleitor

visualize a intensidade dos fatos, tornando os argumentos mais significativos, pela quantidade.

No segundo parágrafo, o operador argumentativo **E** foi usado para adicionar mais um argumento que possibilitará ao editorialista reforçar sua tese principal.

No terceiro parágrafo, o operador usado foi o **Embora** para exprimir uma relação de concessão. Esse operador argumentativo é usado também para opor argumentos que orientam para conclusões contrárias. Essa estratégia consiste em anunciar, antecipadamente, que o argumento introduzido será anulado.

No quinto parágrafo, o operador argumentativo **Por Exemplo** foi usado para exemplificar a questão levantada pelo editorialista.

No sexto parágrafo, o operador argumentativo **Também** foi usado para introduzir mais um argumento com a mesma força argumentativa dos anteriores para reforçar ainda mais a tese principal do editorialista.

No sétimo parágrafo, o editorialista usou o operador **Portanto** para determinar e orientar o discurso na medida em que coloca em evidência os argumentos usados, propondo assim, uma ação.

No oitavo parágrafo, o operador argumentativo usado foi o **Ainda** que estabelece que o que foi dito não deveria ser, funcionando como um forte argumento, além de marcar a persistência de um estado, de um tempo. No mesmo parágrafo, podemos encontrar o operador argumentativo **Também** que foi usado para acrescentar uma outra informação àquela anterior, assim igualando numa mesma linha de raciocínio, os argumentos pressupostos e contribuindo para uma conclusão.

No último parágrafo, o editorialista encerra sua tese principal afirmando sua opinião que é apenas por meio de um acompanhamento público da atuação dos membros das entidades que poderá protegê-las das ameaças da escolha de seus próprios membros, a que sempre estão expostas.

3.3 Editorial 3: ADOÇÃO POLÊMICA

Pouco mais da metade dos brasileiros (51%) **se** diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais, direito que **já** foi conhecido por juízes em sete capitais do país e **também** pelo Superior Tribunal de Justiça.

Não deixa de ser compreensível a parcela de rejeição, expressa na recém divulgada pesquisa DataFolha, que recai sobre essa nova forma de organização familiar, **ainda** rara no Brasil.

A grande maioria dos brasileiros, **mesmo** entre os mais liberais, não conhece casais gays que criem seus filhos conjuntamente. **Ainda** não há, em número expressivo, uma geração de jovens educados por pessoas do mesmo sexo que possam, com seu testemunho, mitigar os temores que o desconhecimento naturalmente instila nas pessoas.

São recentes, **além disso**, as mudanças comportamentais e sociais que ampliaram a aceitação do homossexualismo. Não à toa, registra-se entre os **mais** velhos o **maior** grau de rejeição à adoção por casais gays – 68% das pessoas com 60 anos ou mais são contrárias a essa prática.

Mas aí **também** se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento: não **apenas** a sociedade brasileira dá sinais de ser razoavelmente tolerante, **como** tende a sê-lo cada vez mais.

Do total dos entrevistados, 39% se declararam favoráveis à adoção por casais do mesmo sexo. Entre os mais jovens, a fração dos que aceitam essa solução supera a dos que a rejeitam – 58% dos entrevistados entre 16 e 24 anos aprovam o novo modelo familiar, contra 34% que o rejeitam.

Parecem compreender, com razão, o quanto é improvável a existência de danos psicológicos às crianças como consequência da opção sexual de seus novos pais. Inegáveis, isso sim são os malefícios do abandono.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.648, São Paulo, 05 de junho de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

3.3.1 Análise do Editorial 3

A ideia principal do editorial recai na adoção de crianças por casais homossexuais. Adoção essa, que ainda causa polêmica na maioria dos brasileiros, que como demonstram nas pesquisas, pessoas com 60 anos ou mais são contrárias a essa nova forma de organização familiar.

Por meio de argumentos comprováveis por autoridade – DataFolha – o editorialista vai construindo seus argumentos sobre as pesquisas realizadas para autenticar sua tese principal.

No primeiro parágrafo, o editorialista inicia sua tese principal com o operador argumentativo **Pouco mais** para estabelecer uma relação de comparação entre os elementos expostos a fim de chegar a uma conclusão. Ainda neste parágrafo, o operador **Se** reforça a improbabilidade das pessoas que dizem ser contrárias à adoção de crianças por casais homossexuais e o operador **Já** estabelece neste argumento uma mudança na marcação de tempo, introduzindo no enunciado conteúdos pressupostos, acrescentado pelo operador argumentativo **Também** que acrescenta informação e iguala o argumento, anteriormente, exposto.

No segundo parágrafo, o editorialista usa argumento de autoridade, um órgão de pesquisa – O DataFolha – para ilustrar sua tese principal, juntamente com o operador argumentativo **Ainda** para marcar o tempo, introduzindo um outro argumento que facilitará o leitor a chegar a uma determinada conclusão.

No terceiro parágrafo, o operador argumentativo **Mesmo** assinala o argumento mais forte do parágrafo, sustentando a tese principal. Ele é usado para introduzir argumentos decisivos de persuasão. Neste mesmo parágrafo, podemos encontrar o operador argumentativo **Ainda** para reforçar e intensificar a persuasão, sendo um forte argumento para a conclusão da tese inicial.

No quarto parágrafo, o editorialista usou o operador argumentativo **Além disso** para introduzir um argumento apresentado como acréscimo. No mesmo parágrafo, encontramos outros operadores argumentativos: **Mais** e **Maior** que foram utilizados para realçar o enunciado.

No quinto parágrafo, os operadores argumentativos **Mas** e **Também** foram usados para marcar uma oposição. E o operador **Apenas** foi usado pelo editorialista para apontar uma afirmação de totalidade juntamente com o operador **Como** para estabelecer uma relação de comparação para se chegar a uma conclusão.

No sexto parágrafo, o editorialista, por meio de pesquisas – argumentos por ilustração, expõe a tese de que os mais jovens aprovam o novo modelo familiar, superando assim, outros entrevistados que o rejeitam.

No sétimo parágrafo, o editorialista conclui sua tese deixando improvável a possibilidade de danos psicológicos às crianças como consequência da opção sexual de seus novos pais e dando sua própria opinião de que inegável é o malefício do abandono e não a adoção de crianças por

casais homossexuais. Portanto, o editorialista deixa bem claro, que a preocupação em questão, é a adoção de crianças por casais homossexuais e o que isso causa de danos psicológicos nessas crianças adotadas por eles do que outros danos psicológicos causados pelo abandono. O editorialista, no final, do discurso, faz uma reviravolta na ideia principal do artigo, fazendo com que o leitor, após lê-lo, repense na questão da adoção e do abandono, validando assim toda a estrutura da argumentação da tese inicial do editorialista.

Segundo as análises feitas acima, podemos organizar os operadores argumentativos nas seguintes funções:

1. Introduzir um argumento apresentado como acréscimo, quando há duas escalas (ou mais) orientadas no mesmo sentido, um argumento a favor de uma determinada conclusão ou para marcar tempo. Exemplos:

- Editorial 1

- a) A ex-ministra da Casa Civil **ainda** experimentava, em meses recentes, menor grau de conhecimento entre o eleitorado do que seu adversário.
- b) A ofensiva publicitária gerou efeitos importantes **sobretudo** entre eleitores...
- c) O Datafolha mostra que a elevação do conhecimento sobre a candidatura de Dilma se deu **sobretudo** no Nordeste...
- d) **Ainda assim** parece improvável que qualquer um dos postulantes...
- e) Mas o aguçamento da disputa **também** pode suscitar outros desdobramentos.

- Editorial 2

- a) Concebidas para defender o interesse dos consumidores **e** garantir o bom funcionamento...
- b) **Também** são freqüentes as transferências de ex-diretores dos órgãos reguladores...
- c) **Também** se pretende criar uma comissão, com representantes de entidades de defesa do consumidor, para examinar as decisões tomadas.

d) As reuniões de seus integrantes deverão ser abertas e seguidas da publicação de votos **e** documentos, prática **ainda** não adotada por todos os órgãos.

- Editorial 3

a) Pouco mais da metade dos brasileiros (51%) se diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais, direito que já foi reconhecido por juízes em sete capitais do país **e também** pelo Superior Tribunal de Justiça.

b) Não deixa de ser compreensível a parcela de rejeição, expressa na recém-divulgada pesquisa DataFolha, que recai sobre essa nova forma de organização familiar, **ainda** rara no Brasil.

c) **Ainda** não há, em número expressivo, uma geração de jovens educados por pessoas do mesmo sexo que possam, com seu testemunho, mitigar os temores que o desconhecimento naturalmente instila nas pessoas.

d) São recentes, **além disso**, as mudanças comportamentais e sociais que ampliaram a aceitação do homossexualismo.

e) Mas aí **também** se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento...

2. Assinalar o argumento mais forte ou o mais fraco para uma conclusão. Exemplos:

- Editorial 1

a) **Ainda assim** parece improvável que qualquer um dos postulantes se distancie de maneira acentuada do adversário **até** a data do pleito, em outubro.

- Editorial 3

a) A grande maioria dos brasileiros, **mesmo** entre os mais liberais, não conhece casais gays que criem seus filhos conjuntamente.

3. Assinalar uma oposição. Exemplos:

- Editorial 1

a) **Mas** o aguçamento da disputa também pode suscitar outros desdobramentos.

- Editorial 3

a) **Mas** aí também se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento...

4. Apontar uma conclusão a argumentos apresentados anteriormente.

Exemplos:

- Editorial 2

a) Faz sentido, **portanto**, que se queira discutir a reforma das agências.

5. Estabelecer relações de comparação entre elementos, tendo em vista uma conclusão. Exemplos:

- Editorial 1

a) A ex-ministra da Casa Civil ainda experimentava, em meses recentes, **menor** grau de conhecimento entre o eleitorado **do que** seu adversário.

b) Ainda que as diferenças entre as duas candidaturas sejam **menores do que** alguns tentam fazer crer, ganham o eleitor e a democracia se elas forem apresentadas com clareza.

- Editorial 3

a) **Pouco mais** da metade dos brasileiros (51%) se diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais, direito que já foi conhecido por juízes em sete capitais do país e também pelo Superior Tribunal de Justiça.

b) Mas aí também se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento: não apenas a sociedade brasileira dá sinais de ser razoavelmente tolerante, **como** tende a sê-lo cada vez mais.

6. Apontar ou uma afirmação de totalidade ou uma negação total.

Exemplos:

- Editorial 3

a) Mas aí também se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento: não **apenas** a sociedade brasileira dá sinais de ser razoavelmente tolerante, como tende a sê-lo cada vez mais.

7. Marcar mudança de estado, tempo ou introduzir no enunciado conteúdos pressupostos. Exemplos:

- Editorial 1

a) A ofensiva publicitária gerou efeitos importantes sobretudo entre os leitores já simpáticos ao governo.

b) Uma inevitável conseqüência desse possível cenário de equilíbrio é o acirramento de ânimos em parcelas da militância de ambas as candidaturas – que já alimentam uma rancorosa “guerrilha” no território da internet.

- Editorial 3

a) Pouco mais da metade dos brasileiros (51%) se diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais, direito que já foi conhecido por juízes em sete capitais do país e também pelo Superior Tribunal de Justiça.

8. Marcar condição. Exemplos:

- Editorial 1

a) Será oportuno se a proximidade nas pesquisas compelir os candidatos a expor com mais detalhes as suas ideias.

b) Ainda que as diferenças entre as duas candidaturas sejam menores do que alguns tentam fazer crer, ganham o eleitor e a democracia se elas forem apresentadas com clareza.

- Editorial 3

a) Pouco mais da metade dos brasileiros (51%) se diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais...

9. Esclarecer ou confirmar um ato de asserção (anterior ou posterior).

Exemplos:

- Editorial 1

a) Colada a Lula na TV, a candidata petista à Presidência, Dilma Rousseff, conseguiu finalmente alcançar nas pesquisas o postulante tucano, José Serra.

b) De forma bem sucedida para as pretensões petistas, o típico eleitor lulista foi finalmente apresentado à ex-ministra.

10. Exemplificar. Exemplos:

- Editorial 1

a) Sem larga vantagem, por exemplo, é improvável que Serra ou Dilma se dêem ao luxo de fugir aos debates.

- Editorial 2

a) A estatal Telebrás, **por exemplo**, que será reativada pelo governo, deverá contar com quadros hoje a serviço da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações).

11. Expressar relação de concessão. Exemplos:

- Editorial 1

a) **Ainda que** as diferenças entre as duas candidaturas sejam menores do que alguns tentam fazer crer, ganham o eleitor e a democracia se elas forem apresentadas com clareza.

- Editorial 2

a) **Embora** o modelo, de uma maneira geral, seja adequado, são comuns indícios de sujeição dessas autarquias a interesses opostos àqueles que deveriam proteger.

12. Estabelecer relação de proporção. Exemplos:

- Editorial 2

a) **Mais de** uma década depois de implementado o modelo de agências reguladoras no país é forçoso reconhecer alguns problemas.

13. Realçar o enunciado. Exemplos:

- Editorial 3

a) Não à toa, registra-se entre os **mais** velhos o **maior** grau de rejeição à adoção por casais gays – 68% das pessoas com 60 anos ou mais são contrárias a essa prática.

Podemos então, representar a frequência desses operadores argumentativos, nos três editoriais analisados, da seguinte maneira:

FUNÇÃO	OPERADOR	TOTAL
Introduzir um argumento apresentado como acréscimo, quando há duas escalas (ou mais) orientadas no mesmo sentido, um argumento a favor de uma determinada conclusão ou para marcar tempo	além disso	01
	e	03
	também	04
	sobretudo	02
	ainda	04
	Ainda assim	01

Assinalar o argumento mais forte ou o mais fraco para uma conclusão	Mesmo	01
	Até	01
Assinalar uma oposição	Mas	02
Apontar uma conclusão a argumentos apresentados anteriormente	Portanto	01
Estabelecer relações de comparação entre elementos, tendo em vista uma conclusão	Pouco mais	01
	Menor do que	01
	Menores do que	01
	Como	01
Apontar ou uma afirmação de totalidade ou uma negação total	Apenas	01
Marcar mudança de estado, tempo ou introduzir no enunciado conteúdos pressupostos	Já	03
Marcar condição	Se	03
Esclarecer ou confirmar um ato de asserção (anterior ou posterior)	Finalmente	02
Exemplificar	Por exemplo	02
Expressar relação de concessão	Embora	01
	Ainda que	01
Estabelecer relação de proporção	Mais de	01
Realçar o enunciado	Os mais	01
	O maior	01

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concebermos este trabalho, estabelecemos como objetivo principal, desenvolver uma pesquisa que contribua para os estudos de Língua Portuguesa, no que diz respeito à análise dos operadores argumentativos na construção do discurso jornalístico opinativo editorial.

Como objetivos específicos, estabelecemos: Identificar as escolhas dos operadores argumentativos feita pelo editorialista para a realização do discurso jornalístico opinativo e verificar como os operadores argumentativos sustentam os argumentos do editorialista, de forma a persuadir o leitor.

Para atingirmos nossos objetivos, abordamos no capítulo I, A Teoria da Argumentação; Linguagem e Discurso na Argumentação; As modalidades do discurso e Os operadores argumentativos.

Por escolhermos como corpus de análise três editoriais do Jornal Folha de S. Paulo, no capítulo II, tratamos das características do jornalismo, abordando o gênero jornalístico opinativo: o editorial e toda a estruturação de uma linguagem jornalística. No capítulo III, apresentamos as análises dos três editoriais do jornal Folha de S. Paulo, selecionados segundo os princípios teóricos do capítulo I, apontando os operadores argumentativos que expressam o posicionamento do editorialista em relação ao seu texto.

Investigamos o uso de operadores argumentativos os editoriais, funcionando como estratégias argumentativas que têm por objetivo levar o leitor a concordar com determinado ponto de vista adotado pelo jornal e apresentado pelo editorialista.

Verificamos que a linguagem do editorial tem características próprias e constatamos ser frequente o uso de operadores argumentativos nesse gênero jornalístico.

Percebemos que há um equilíbrio no uso desses operadores argumentativos, que funcionam como marcas linguísticas na estruturação do texto, o que contribui para tornar a argumentação mais forte e eficaz.

Por meio da análise feita nos editoriais, podemos afirmar que é característica desse próprio gênero, expressar o ponto de vista e a ideologia tanto do jornal quanto do editorialista. Percebemos nas análises feitas na pesquisa, que os editoriais podem conseguir ou não a adesão do leitor, a partir de estratégias que contribuem para a persuasão.

Nos três editoriais analisados, do Jornal Folha de S. Paulo, verificamos que o grupo de operadores argumentativos mais usados, em todo o corpus (**também, sobretudo, ainda**) tem por função introduzir um argumento apresentado como acréscimo, um argumento a favor de uma determinada conclusão ou marcar tempo. Percebemos que quando esses operadores argumentativos são usados, chamam a atenção do leitor para determinado tópico do texto, induzindo-o à persuasão.

Lembramos ainda que, analisamos somente alguns operadores argumentativos que achamos relevantes para serem discutidos nesta pesquisa.

Consideramos o uso dos operadores argumentativos nos editoriais analisados, importante papel na produção de sentidos que podem causar no leitor e na sociedade, no que se refere à mudança de opinião do próprio leitor e abandono do modo como via o tema antes de ler o editorial, facilitando a aceitação das mudanças sociais, políticas, econômicas e científicas com maior naturalidade.

O uso dos operadores argumentativos, também, revelou-nos que seu emprego não se faz por uma mera escolha, mas, com certeza, tem como objetivo tornar “mais fortes” as opiniões que devem ser acolhidas pelo leitor.

Nosso trabalho atingiu os objetivos propostos e contribuiu para os estudos linguísticos, pois permitiu-nos verificar a importância do uso dos operadores argumentativos nos editoriais e como eles são selecionados pelo editorialista com a intenção de persuadir o leitor.

Ressaltamos, portanto, a necessidade de se conscientizar os usuários da Língua Portuguesa do valor argumentativo dos operadores (daí sua importância para o ensino), e afirmar que parte da força argumentativa dos enunciados, encontra-se na dependência deles, independentemente de quais sejam usados.

Por esse motivo, um reconhecimento eficaz do uso dos operadores argumentativos nos editoriais, pode ser importante para detectar a ideologia do jornal e a interferência do editorialista na adesão do leitor, partindo de estratégias que contribuem para a persuasão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, A. S. **A arte de argumentar: gerenciando razão e emoção.** 8.ed. Cotia: Ateliê Editorial, 2005.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal.** Tradução de Maria E. G. G. Pereira. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DUCROT, O. **Princípios de Semântica Linguística: dizer e não dizer.** Tradução de Carlos Vogt. São Paulo: Cultrix, 1972.

KOCH, I.V. **A inter-ação pela linguagem.** 10.ed. São Paulo: Contexto, 2010.

_____. **Argumentação e linguagem.** 12.ed. São Paulo: Cortez, 2009.

LAGE, N. **Linguagem jornalística.** 8.ed. São Paulo: Ática, 2006.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.) **Gêneros Textuais e Ensino.** 2.ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

PERELMAN, C & OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da Argumentação: a nova retórica.** 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

REBOUL, O. **Introdução à retórica.** 2.ed. Tradução de Ivone C. B. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 23.ed. São Paulo: Cortez, 2007.

- Referências de textos jornalísticos:

Equilíbrio eleitoral. Jornal Folha de S. Paulo. Editoriais, A2 opinião. 24 de maio de 2010.

Reforma das agências. Jornal Folha de S. Paulo. Editoriais, A2 opinião. 25 de maio de 2010.

Adoção polêmica. Jornal Folha de S. Paulo. Editoriais, A2 opinião. 05 de junho de 2010.

ANEXOS – Editoriais do Jornal Folha de S. Paulo

EQUILÍBRIO ELEITORAL

Colada a Lula na TV, a candidata petista à Presidência, Dilma Rousseff, conseguiu finalmente alcançar nas pesquisas o postulante tucano, José Serra. No mais recente levantamento do Datafolha, tornado público neste final de semana, ambos aparecem com 37% das intenções de voto.

O empate não surpreende. A ex-ministra da Casa Civil ainda experimentava, em meses recentes, menor grau de conhecimento entre o eleitorado do que seu adversário. As várias inserções comerciais do PT na televisão, na semana retrasada, contribuíram para selar o vínculo entre Lula e a candidatura por ele fabricada.

A ofensiva publicitária gerou efeitos importantes sobretudo entre os leitores já simpáticos ao governo. A parcela dos que passaram a reconhecer em Dilma a representante de Lula na disputa presidencial aumentou dez pontos percentuais – eram 61% dos eleitores na pesquisa anterior, em abril, e são 71% agora.

O Datafolha mostra que a elevação do conhecimento sobre a candidatura de Dilma se deu sobretudo no Nordeste, entre as mulheres, os mais jovens e os de menor renda. De forma bem sucedida para as pretensões petistas, o típico eleitor lulista foi finalmente apresentado à ex-ministra.

Ainda assim parece improvável que qualquer um dos postulantes se distancie de maneira acentuada do adversário até a data do pleito, em outubro.

Uma inevitável consequência desse possível cenário de equilíbrio é o acirramento de ânimos em parcelas da militância de ambas as candidaturas – que já alimentam uma rancorosa “guerrilha” no território da internet.

Mas o aguçamento da disputa também pode suscitar outros desdobramentos. Sem larga vantagem, por exemplo, é improvável que Serra ou Dilma se dêem ao luxo de fugir aos debates.

Será oportuno se a proximidade nas pesquisas compelir os candidatos a expor com mais detalhes as suas idéias. Ainda que as diferenças entre as duas candidaturas sejam menores do que alguns tentam fazer crer, ganham o eleitor e a democracia se elas forem apresentadas com clareza.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.636, São Paulo, 24 de maio de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

REFORMA DAS AGÊNCIAS

Mais de uma década depois de implementado o modelo de agências reguladoras no país é forçoso reconhecer alguns problemas.

Concebidas para defender o interesse dos consumidores e garantir o bom funcionamento de distintos setores da atividade econômica, as agências muitas vezes cumprem suas funções de maneira insatisfatória.

Embora o modelo, de uma maneira geral, seja adequado, são comuns indícios de sujeição dessas autarquias a interesses opostos àqueles que deveriam proteger.

Faltam-lhes muitas vezes instrumentos para impedir a subordinação às diretrizes do governo de turno e aos propósitos de seus “parceiros” privados. Não raro, surgem desconfiças sobre a cooptação de funcionários por empresas que deveriam fiscalizar.

A estatal Telebrás, por exemplo, que será reativada pelo governo, deverá contar com quadros hoje a serviço da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações). Empresas que atuam neste setor temem, com razão, fornecer informações a servidores que em breve defenderão os interesses de uma empresa concorrente.

Também são freqüentes as transferências de ex-diretores dos órgãos reguladores para a iniciativa privada, onde passam a ocupar cargos nas mesmas empresas que antes fiscalizavam.

Faz sentido, portanto, que se queira discutir a reforma das agências. Tramita no Congresso projeto com o objetivo de conferir mais transparência às decisões colegiadas dessas autarquias.

As reuniões de seus integrantes deverão ser abertas e seguidas da publicação de votos e documentos, prática ainda não adotada por todos os órgãos. Também se pretende criar uma comissão, com representantes de entidades de defesa do consumidor, para examinar as decisões tomadas.

O projeto acerta ao enfatizar a necessidade de mais transparência. É o acompanhamento público da atuação dos membros dessas entidades que

poderá protegê-las das ameaças de cooptação a que sempre estarão expostas.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.637, São Paulo, 25 de maio de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

ADOÇÃO POLÊMICA

Pouco mais da metade dos brasileiros (51%) se diz contrária à adoção de crianças por casais homossexuais, direito que já foi conhecido por juízes em sete capitais do país e também pelo Superior Tribunal de Justiça.

Não deixa de ser compreensível a parcela de rejeição, expressa na recém-divulgada pesquisa DataFolha, que recai sobre essa nova forma de organização familiar, ainda rara no Brasil.

A grande maioria dos brasileiros, mesmo entre os mais liberais, não conhece casais gays que criem seus filhos conjuntamente. Ainda não há, em número expressivo, uma geração de jovens educados por pessoas do mesmo sexo que possam, com seu testemunho, mitigar os temores que o desconhecimento naturalmente instila nas pessoas.

São recentes, além disso, as mudanças comportamentais e sociais que ampliaram a aceitação do homossexualismo. Não à toa, registra-se entre os mais velhos o maior grau de rejeição à adoção por casais gays – 68% das pessoas com 60 anos ou mais são contrárias a essa prática.

Mas aí também se revela o que há de positivo nos números auferidos no levantamento: não apenas a sociedade brasileira dá sinais de ser razoavelmente tolerante, como tende a sê-lo cada vez mais.

Do total dos entrevistados, 39% se declararam favoráveis à adoção por casais do mesmo sexo. Entre os mais jovens, a fração dos que aceitam essa solução supera a dos que a rejeitam – 58% dos entrevistados entre 16 e 24 anos aprovam o novo modelo familiar, contra 34% que o rejeitam.

Parecem compreender, com razão, o quanto é improvável a existência de danos psicológicos às crianças como consequência da opção sexual de seus novos pais. Inegáveis, isso sim, são os malefícios do abandono.

(Jornal **Folha de S.Paulo**, ano 90, nº 29.648, São Paulo, 05 de junho de 2010. Editoriais, A2 opinião.)

