

Discurso, poder e verdade: o jogo de palavras na polêmica sobre a regulação da mídia no Brasil

Discourse, Power and Truth: the Game of Words in the Controversy Over the Media Regulation in Brazil

Fernanda de Oliveira Valle Reis

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) | CAPES | Belo Horizonte | MG | BR
fernandavalle0908@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-5330-6092>

Mayara Letícia Paiva

Magalhães

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) | Belo Horizonte | MG | BR
mayaraleticiabp@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0008-6302-3214>

Resumo: Este artigo examina a dimensão argumentativa de dez manchetes sobre regulação da mídia, publicadas no período de agosto de 2021 a dezembro de 2022, e como elas foram construídas de maneira a induzir a interpretação do leitor. A análise considera, em um primeiro momento, a perspectiva da semântica argumentativa, com seus índices de avaliação e indicadores atitudinais (Koch, 1995), e a perspectiva discursiva, visando a flagrar as estratégias de enquadramento, de orientação argumentativa indutora de raciocínios e as de apagamento enunciativo, propostas por Emediato (2013). Na sequência, a partir do conceito de enunciado e da noção de vontade de verdade (Foucault, 1972, 2014, respectivamente) e das reflexões de Charaudeau (2022) sobre manipulação da verdade, a análise foca os modos como o discurso da mídia direciona as pautas para a sociedade. A conclusão é que discutir projetos de regulação da mídia é uma necessidade urgente da sociedade brasileira, uma vez que as manchetes são tendenciosas e a maior parte delas promove uma campanha de oposição a projetos de regulação, associando-os a censura.

Palavras-chave: discurso midiático; discurso e poder; regulação de mídia.

Abstract: This article examines the argumentative dimension of ten headlines on media regulation, published between August 2021 and December 2022, and how they were constructed in order to induce the reader's interpretation. The analysis considers, at first, the perspective of argumentative semantics, with its evaluation indices and attitudinal indicators (Koch, 1995),



and the discursive perspective, aiming to capture the framing strategies, argumentative orientation that induce reasoning and enunciative erasure, proposed by Emediato (2013). Next, based on the concept of enunciation and the notion of the will to truth (Foucault, 1972, 2014, respectively), and Charaudeau's (2022) reflections on manipulation of the truth, the analysis focuses on the ways in which media discourse directs guidelines for society. The conclusion is that discussing media regulation projects is an urgent need for Brazilian society, since the headlines are biased and most of them promote a campaign of opposition to regulation projects, associating them with censorship.

Keywords: media discourse; speech and power; media regulation.

1 Introdução

O modelo de colonização português, caracterizado por uma prática econômica essencialmente exploratória, deixou marcas difíceis de serem apagadas da cultura brasileira. Até os dias de hoje, ainda vigem no imaginário nacional a megalomania dos latifúndios e a lógica das capitanias hereditárias. Embora essas denominações remetam-nos diretamente à forma como o território nacional foi dividido, ocupado e explorado (e as consequências sociais disso), elas se prestam muito bem para nos ajudar a compreender a importância do objeto deste artigo: os discursos sobre a regulação da mídia no Brasil.

Assim como as terras físicas, as concessões de rádio e TV representam um grande filão, uma torrente generosa de lucro – e poder – em um país com mais de 200 milhões de habitantes. Pois bem, poucos têm acesso a essa fonte intangível de ondas eletromagnéticas convertidas em sinais de rádio e TV. De modo análogo às capitanias do período colonial – em que poucas famílias detinham o direito de explorar grandes extensões de terra, concentrando a riqueza nas mãos de ínfima parcela da população –, atualmente, a concentração das concessões resulta em uma população refém do arbítrio de alguns no que concerne à temática dos debates públicos.

Alguns números dão a dimensão desse latifúndio virtual: mais de 70% da audiência nacional seguem a programação de apenas quatro grupos de TV aberta; 98,3% dos municípios brasileiros recebem o sinal da Rede Globo; 80% dos meios de comunicação estão concentrados nas regiões Sudeste e Sul do País (Ferreira, 2021, p. 106). Ou seja, há um grupo bem restrito que decide sobre o que é informação e como o público deve ser informado. O resultado disso se faz perceber nos assuntos, na forma como são tratados e na avaliação que se faz

deles nas conversas entre amigos, em família, no trabalho, nas ruas. Em resumo, o efeito de tanto poder acumulado é o risco da formação de uma opinião pública cordata.

O enfrentamento à concentração de poder e riqueza no Brasil – seja no que diz respeito à demarcação de terras, seja no que se refere a uma distribuição mais ampla e plural de concessões de canais de comunicação – sempre foi motivo para muitas polêmicas, que redundaram em poucos avanços na solução dos problemas que as originaram. O Brasil já possui um conjunto de leis que procuram estabelecer as regras e os limites das concessões e do funcionamento da mídia. No entanto, são regramentos esparsos e sem regulamentação, isto é, a norma já existe, mas, sem o detalhamento de como deve ser aplicada e sem definição de alguns conceitos.

Exemplos dessa normatização são a Lei de Radiodifusão (1932); o Código Brasileiro de Telecomunicações (1962); e a lei do Serviço de Radiodifusão Comunitária (1998). Embora não sejam objeto deste artigo, vamos apenas lembrar aqui duas normas que dizem respeito a um outro lado igualmente importante dessa discussão: o da regulação das plataformas digitais. A lei que cobre princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil é o chamado Marco Civil da Internet (2014). Já a Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD (Brasil, 2018) institui normas de coleta e tratamento de dados pessoais e informações sensíveis, como origem racial ou étnica e orientação política, que devem ser seguidas por empresas de tecnologia e governos. A parte polêmica, que aguarda entrar na pauta do plenário da Câmara dos Deputados, está concentrada no Projeto de Lei 2.630/2020 – Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet ou PL das Fake News.

Voltando à regulação da mídia, a importância do assunto é tanta que ele está contemplado na própria Constituição Federal. O artigo 220, parágrafo 5º, declara: “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio.” (Brasil, 1988). Logo, tratar de regulação da mídia não é nenhuma novidade, mas provoca muito barulho todas as vezes que entra na pauta. A mais recente foi durante a campanha à Presidência da República de 2022, trazida à tona pelo então candidato Luiz Inácio Lula da Silva, que, ao defender a regulação, desencadeou uma série de críticas e a acusação de querer censurar a imprensa. O objeto deste estudo são justamente os discursos flagrados em dez manchetes referentes ao assunto.

A última tentativa de avanço no processo de regulação da mídia é o Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica (2013), concebido a partir dos esforços de entidades da sociedade civil, reunidas em torno da campanha “Para expressar a liberdade – Uma nova lei para um novo tempo”, do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Esse projeto de lei dispõe, entre outros, sobre a regulamentação de seis artigos da Constituição Federal que tratam da comunicação social eletrônica, mas já demanda atualização. Isso porque o texto do projeto não aborda a regulação das plataformas de streaming nem das distribuidoras de notícias, sendo que estas recebem, de acordo com levantamento do jornalista Camilo Vannuchi (2021), mais de 70% da verba publicitária que circula no país, mesmo tendo capital majoritariamente estrangeiro, o que é proibido por lei.

Em artigo publicado no jornal Brasil de Fato, em setembro de 2021, a jornalista Mariana Martins ilustra a dificuldade de fazer o processo caminhar. Segundo ela, durante os 14 anos de governo do Partido dos Trabalhadores, nenhuma das propostas de regulação da mídia apresentadas foram analisadas pelo Congresso Nacional (Martins, 2021). Ao questionar a razão

desse entrave, a jornalista aponta que a resposta mais comum dos críticos da regulação a essa pergunta é que a proposta em debate equivaleria a censurar os meios de comunicação.

Afora os que acreditam de boa-fé nessa ameaça, o que parece mesmo tirar o sono da parcela desses críticos que possui ações nas empresas de radiodifusão é a possibilidade de verem diminuir seus lucros e seu poder de influência. Essa dedução se baseia no fato de que muitos deputados e senadores são proprietários de emissoras de rádio e televisão. Apesar de a Constituição, em seu artigo 54, proibir que tais detentores de mandato político sejam donos de empresas de comunicação, nas eleições de 2018, 34 candidatos às assembleias legislativas eram donos de tais empresas, sendo que, desses, 16 concorriam à reeleição, cinco possuíam outros cargos políticos eletivos e sete já haviam tido algum cargo eletivo (Intervozes, 2018).

Tendo em vista esse cenário de disputas e tensões, este artigo se propõe, primeiro, a examinar a dimensão argumentativa das manchetes sobre a regulação da mídia, de acordo com as estratégias de enquadramento, de orientação argumentativa indutora de raciocínios e as de apagamento enunciativo propostas por Emediato (2013) e os índices de avaliação e indicadores atitudinais, na perspectiva da semântica argumentativa (Koch, 1995). Na sequência, os conceitos de enunciado e da noção de vontade de verdade (Foucault, 1972, 2014, respectivamente) e as reflexões de Charaudeau (2022) sobre a manipulação da verdade ajudarão na reflexão sobre o papel das manchetes e a forma com que foram construídas, a fim de induzir o leitor a uma dada interpretação, direcionando as pautas da sociedade e contribuindo, assim, para a manutenção do *status quo*.

2 No discurso, os embates das relações de força e poder

Quando se ouve falar de regulação da mídia, para muitos o assunto em pauta é igualdade, liberdade de expressão e democratização. Para tantos outros, está-se falando de controle e censura. Independentemente do entendimento que se tem da proposta em questão, na parte a que nos propusemos aqui, conversar sobre regulação da mídia é tratar de um projeto que se arrasta há décadas no Brasil e tem a ver, sobretudo, com um jogo de discurso e de poder.

As interações sociais são marcadas por relações de força e isso se manifesta na linguagem. De acordo com Ingedore Koch (1995), o uso da linguagem é essencialmente argumentativo e caracterizado por objetivos comunicativos, relações a estabelecer e efeitos a causar – sendo este o ponto do nosso interesse. É pela linguagem que, segundo Koch, o sujeito pretende “*atuar sobre o(s) outro(s)*” de forma a obter dele determinadas reações, sejam elas verbais ou não verbais. Em suma, “procuramos dotar nossos enunciados de determinada força argumentativa” (Koch, 1995, p. 29).

Wander Emediato (2013) reflete sobre a dimensão argumentativa dos enunciados e afirma que “a argumentação é atividade humana, dialógica e interacional” (Emediato, 2013, p. 75). De acordo com o autor, o discurso jornalístico apresenta uma “orientação argumentativa mais ou menos velada” e, para tal, se vale de recursos como a escolha lexical, a maneira de gerir a palavra e a enunciação do outro e os raciocínios típicos da informação midiática, como por exemplo a dedução, a indução e as analogias. Dentre as operações estratégicas do discurso midiático destacam-se o enquadramento, o apagamento enunciativo e as elipses.

O enquadramento refere-se ao modo como a informação é organizada e apresentada dentro de um texto ou discurso. É a estrutura que delimita o que é dito e como é dito,

influenciando a percepção e interpretação do receptor. Em termos simples, o enquadramento é como o “quadro” dentro do qual o discurso é situado, moldando o contexto e destacando certos aspectos, enquanto minimiza outros. Isso pode ser feito através da escolha de palavras, do tom, da ênfase em determinados pontos e da organização das informações.

Emediato (2013) destaca que o enquadramento é crucial porque pode direcionar a interpretação do leitor ou ouvinte, afetando a forma como a mensagem é recebida e compreendida. Desse modo, uma passeata pode chegar ao grande público como um ato legítimo de reivindicação de algo importante ou, caso seja dada ênfase a um problema localizado, esse mesmo evento pode ser entendido como algo que, embora legítimo, causa distúrbios na ordem pública e então deve ser revisto. Em vista dessas possibilidades, o autor sustenta que a compreensão desses enquadramentos é essencial para uma sociedade bem-informada.

Outra estratégia abordada pelo autor, o apagamento enunciativo, diz respeito à omissão ou silenciamento de certas vozes, perspectivas ou elementos dentro de um discurso. Emediato (2013) discute como esse apagamento pode ocorrer de várias formas, seja pela ausência de certos agentes no discurso, pela escolha de não mencionar certos fatos, ou pela marginalização de certos pontos de vista. O apagamento enunciativo pode servir para reforçar certas ideologias e manter relações de poder, ao silenciar vozes dissidentes ou minoritárias. É frequentemente analisado em contextos nos quais há uma tentativa de neutralizar a posição do enunciador, de modo a dar um ar de imparcialidade, objetividade ou impessoalidade ao discurso. O estudo do apagamento enunciativo é relevante em diversas áreas, incluindo a análise do discurso político, midiático, acadêmico e em outras práticas sociais onde a posição do locutor precisa ser neutralizada ou camuflada por razões estratégicas.

O apagamento enunciativo refere-se, então, à prática de ocultar ou minimizar a presença do enunciador no discurso. Isso pode ocorrer de várias maneiras, como o uso de estruturas passivas, a omissão de pronomes pessoais, ou a escolha de palavras que diluem a responsabilidade do enunciador pelo enunciado.

Emediato (2013) utiliza o conceito de eclipse para descrever uma técnica comum nos meios de comunicação. A eclipse, em termos literários e retóricos, refere-se à omissão de elementos de uma frase ou de uma narrativa, que podem ser palavras, frases ou até mesmo parágrafos inteiros. Essa omissão é feita de maneira que o sentido geral ainda seja compreensível, mas com a finalidade de influenciar a interpretação do leitor ou espectador.

O autor argumenta que a mídia frequentemente utiliza a eclipse para moldar a opinião pública. Ao omitir certas informações, os veículos de comunicação podem direcionar a atenção do público para aspectos específicos de uma história, enquanto minimizam ou ignoram outros que poderiam proporcionar uma visão mais completa e equilibrada dos fatos, podendo essa técnica ser utilizada, então, para reforçar certos pontos de vista, manipular a percepção dos eventos e influenciar a formação de opiniões.

No que diz respeito à eclipse, portanto, não é apenas uma questão de economia de palavras, mas uma ferramenta estratégica de construção de narrativas e controle da informação. Podemos tomar como exemplo uma reportagem sobre uma decisão governamental na qual seja noticiado: “O governo anunciou hoje novas medidas. Isso visa aumentar a segurança e a prosperidade”, em vez de: “O governo anunciou hoje novas medidas para aumentar a vigilância nas fronteiras e incentivar investimentos estrangeiros, visando aumentar a segurança nacional e a prosperidade econômica”. Como é possível perceber, o segundo exemplo possibilita uma ligação direta entre a ação do governo e o efeito visado e esperado pelo trabalho em curso, além de

clareza em relação ao objetivo governamental e as medidas tomadas. Já o primeiro exemplo desvincula as ações do governo com os resultados esperados, pois causa a impressão de que os possíveis frutos daquele feito não são parte da política pública em execução, mas foram identificados pelo próprio jornalista.

No entendimento de Emediato (2013), o estudo da argumentação no discurso implica se debruçar sobre os processos de persuasão ou de intenção persuasiva e, no âmbito da informação midiática, deve abranger uma “reflexão sobre a interação entre as atitudes projetiva (identificadora) e impositiva (transformadora), ambas voltadas, cada uma à sua maneira, para uma ação sobre as crenças e as representações do outro.” (Emediato, 2013, p. 77-78).

Mas, para o pesquisador, o exame do discurso midiático não deve se limitar à busca de elementos explicitamente argumentativos. Ele se ancora em Amossy (2006) para explicar que, além dos discursos que possuem essa visada argumentativa declarada, há os que se caracterizam por uma dimensão argumentativa, ou seja, neste último caso, o enunciador pretende agir sobre as crenças e representações do outro, mas sem assumir essa intenção. Isso pode ser observado em muitas notícias, a começar pelos títulos, que apresentam pontos de vista como se fossem evidências e conseguem esse efeito porque são mascaradas por “operações de apagamento enunciativo e de objetivação modal” (Emediato, 2013, p. 78-79).

No âmbito da comunicação social, esse “atuar sobre o outro”, de que falam Koch (1995) e Emediato (2013), atinge uma dimensão tal que pode chegar a persuadir pensamentos, opiniões e ações de milhões de pessoas. É claro que, sendo a linguagem constitutivamente dialógica (Volóchinov, 2017), a “influência” entre os interlocutores é recíproca. O dialogismo se confirma até mesmo nas situações comunicacionais em que o próprio meio limita um dos lados, ainda que temporariamente, à posição de ouvinte, como no caso do espectador de um telejornal, por exemplo. Na realidade, não se trata de impedimento, mas apenas do adiamento de uma reação explícita do espectador, pois, conforme frisa Bakhtin (2011), a compreensão ativamente responsiva – manifestada na resposta a um dado enunciado – pode ser de efeito retardado, ou seja, “cedo ou tarde, o que foi ouvido e ativamente entendido responde nos discursos subsequentes ou no comportamento do ouvinte” (Bakhtin, 2011, p. 272).

Mas é certo também que a desigualdade das relações comumente se evidencia na falta de equidade do acesso ao conhecimento. Tal descompasso é grave, uma vez que o livre trânsito entre as várias formas e meios de difusão da informação, além das oportunidades de fala e de questionamentos, são essenciais para a compreensão dos fatos e das notícias, para o embasamento de opiniões e a construção de argumentos bem fundamentados.

De qualquer forma, todos são afetados pelas interações languageiras. Foucault (2019) vai mais longe e afirma que é nas relações sociais (e languageiras, portanto) que se exerce o poder. Sim, para Foucault, o poder não é algo que se detém, mas se exerce; é muito mais do que a força coercitiva do Estado e das instituições sobre a sociedade. Na verdade, é a própria sociedade que o mantém, uma vez que até mesmo a horizontalidade de suas relações é permeada por forças de saber e poder:

De fato, o poder em seu exercício vai muito mais longe, passa por canais muito mais sutis, é muito mais ambíguo, porque cada um de nós é, no fundo, titular de um certo poder e, por isso, veicula o poder. O poder não tem por função única reproduzir as relações de produção. As redes da dominação e os circuitos da exploração se recobrem, se apoiam e interferem uns nos outros, mas não coincidem. (Foucault, 2019, p. 255).

De volta à regulação da mídia, o discurso dominante em vários jornais, telejornais, *sites* e *blogs*, em resposta às declarações do então candidato Lula sobre a matéria, é de contestação quanto à necessidade da medida e de descrédito sobre as reais intenções da proposta. Os principais argumentos dos veículos são, respectivamente, que a autorregulação da mídia já é suficiente para prevenir possíveis excessos e que o projeto de regulação seria, na verdade, a brecha jurídica que garantiria ao Estado o poder de cercear a liberdade de imprensa.

Um exemplo desta desconfiança pode ser visto na seguinte chamada do canal CNN, em junho de 2022: “Eleições 2022 – Especialistas: regulação da mídia fere a Constituição – Proposta abre brecha para censura e controle de conteúdo”. Nesta reportagem, a avaliação expressa na chamada é analisada por comentaristas e respaldada por entrevistas com especialistas da área do Direito, que corroboram a opinião do veículo. Mas ao público é omitida a exibição de artigos que compõem o projeto, assim como a explicação do seu conteúdo.

Considerando que as relações sociais são marcadas por forças de saber e de poder e que a linguagem, essa atividade complexa de interação (Volóchinov, 2017), é essencialmente argumentativa e tem como um de seus objetivos e característica intrínseca provocar efeitos no outro, é possível entrever, conforme veremos adiante nos títulos selecionados, como o discurso da mídia reflete os interesses de um determinado enunciador. Bakhtin (2011) respalda nossa leitura das manchetes quando, ao tratar dos fios ideológicos que atravessam o discurso, afirma que o sentido de toda manifestação verbal está relacionado ao valor atribuído pelo falante ao objeto do seu enunciado. Ou seja, conforme explica Faraco (2009), a materialidade textual do enunciado é construída a partir das inter-relações axiológico-dialógicas do enunciador.

Mas a natural impossibilidade de um enunciado neutro pode se converter em subterfúgio. A artimanha do discurso midiático de difundir um determinado valor se encaixa no que Charaudeau (2022) denomina manipulação. Para ele, mais do que incitar as pessoas a fazer, dizer e pensar algo (atitude típica da persuasão), “o discurso manipulatório é caracterizado por uma *maquagem* intencional e um *efeito de impostura* [...] o manipulador não revela sua intenção; ele a disfarça com um discurso diferente daquele de seu pensamento, enquanto dá indícios, até promessas, de sinceridade” (Charaudeau, 2022, p. 91). Segundo o autor, como o manipulador não tem poder coercitivo, ele adota papéis (posturas), como um conselheiro ou um guia, na tentativa de convencer. Por exemplo, no caso dos veículos de comunicação que são contra a regulação das mídias, o discurso assumido é o de uma empresa defensora da liberdade de expressão, da Constituição e da democracia.

Charaudeau (2022) discute como a negação da verdade se tornou um fenômeno prevalente, incluindo a distorção de fatos e a rejeição de evidências objetivas em favor de narrativas que atendem a interesses específicos, seja no âmbito político, econômico ou social. O autor analisa o conceito de pós-verdade, em que as emoções e crenças pessoais se tornam mais influentes na formação da opinião pública do que os fatos objetivos.

Na era da pós-verdade, a percepção subjetiva da realidade ganha mais destaque do que a realidade em si. Nesse sentido, ele argumenta que os meios de comunicação desempenham um papel crucial na manipulação da verdade, pois eles podem selecionar, omitir ou distorcer informações para moldar a opinião pública de acordo com interesses particulares, seja para manter a audiência, agradar patrocinadores ou promover agendas políticas.

Destaca-se, então, o impacto das redes sociais, uma vez que estas são apontadas como amplificadoras da pós-verdade, devido à disseminação rápida e massiva de informações sem a devida verificação de fatos. Charaudeau (2022) destaca a importância de uma comunicação

responsável e ética, ao chamar atenção para o papel dos jornalistas, acadêmicos e demais formadores de opinião na defesa da verdade e na luta contra a desinformação e as *fake news*.

Segundo o autor, a manipulação da verdade é vista como uma ameaça significativa para a democracia, pois compromete a capacidade dos cidadãos de tomar decisões informadas. Dessa forma, o autor sugere que a educação e o fortalecimento do pensamento crítico são fundamentais para combater a manipulação da verdade. Ele defende a necessidade de capacitar os indivíduos a questionar, analisar e validar informações de maneira crítica.

Charaudeau (2022) aborda o conceito de “efeito de verdade” para explicar como certas informações são percebidas como verdadeiras independentemente de sua veracidade objetiva, argumentando que o “efeito de verdade” é um produto da construção discursiva e comunicacional. Isso significa que a verdade não é apenas uma questão de correspondência com a realidade objetiva, mas também de como essa realidade é representada e comunicada. A maneira como as informações são apresentadas pode influenciar a percepção das pessoas sobre o que é verdadeiro.

Segundo o autor, o “efeito de verdade” é um fenômeno complexo que resulta da interação entre a construção discursiva, a credibilidade das fontes, as emoções, o contexto sociocultural e a repetição das informações. Este efeito está ligado à credibilidade das fontes e ao contexto em que as informações são disseminadas. Assim, fontes consideradas confiáveis e contextos que favorecem a aceitação de certas narrativas desempenham um papel crucial na criação desse efeito. Um veículo de mídia respeitado, por exemplo, pode gerar um forte “efeito de verdade” nas suas comunicações. O autor enfatiza também o papel das emoções na formação do “efeito de verdade”, mostrando que a persuasão emocional é uma ferramenta poderosa na manipulação da verdade. Informações que apelam para as emoções das pessoas, como medo, esperança ou indignação, têm maior probabilidade de serem aceitas como verdadeiras.

O “efeito de verdade” também é influenciado pelo contexto sociocultural. As crenças, valores e normas de uma sociedade ou grupo social determinam o que é mais facilmente aceito como verdade. Charaudeau (2022) observa que, em diferentes contextos culturais, as mesmas informações podem ser recebidas de maneiras distintas. Outro aspecto importante faz referência à repetição de informações, visto que a repetição pode reforçar o “efeito de verdade”. A familiaridade gerada pela repetição faz com que as pessoas percebam a informação como mais verdadeira.

Vannuchi (2018) problematiza a questão da manipulação da imprensa trazendo as ponderações do professor Ciro Marcondes Filho, para quem a rotina da manipulação é inevitável, um “gesto automático” de quem precisa selecionar e valorar o que será veiculado. E reforça: a notícia não reproduz o mundo real. Mas o professor concorda que há, sim, uma manipulação intencional, a qual ele chama deturpação. Segundo Marcondes, “na prática, jornalismo é uma forma de se realizar a luta pelo poder” (*apud* Vannuchi, 2018, p. 23). Algumas das práticas que caracterizam essa deturpação, em função dos interesses da empresa, são “ocultação, fragmentação, seleção de aspectos, descontextualização, oficialismo, indução” (Abramo *apud* Vannuchi, 2018, p. 23).

No jogo de palavras e encenações do universo midiático, o prêmio visado é o poder do próprio discurso e os efeitos dele. Foucault falou sobre isso durante a aula inaugural no Collège de France, em 1970, quando afirmou que o discurso não é apenas o que manifesta ou esconde o desejo, mas é também o objeto do desejo: “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as

lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar” (Foucault, 2014, p. 10)

Nas interações via linguagem, a tentativa de provocar efeitos no outro acaba criando o que Foucault chama “vontade de verdade” (Foucault, 2015, p. 224). Para o filósofo, as verdades são “produzidas” e estão associadas aos mecanismos de poder. Sobre a mídia, ele escreveu:

[...] “afora as ciências, têm-se também os efeitos de verdade ligados ao sistema de informações: quando alguém, um locutor de rádio ou de televisão, lhe anuncia alguma coisa, o senhor acredita ou não acredita, mas isso se põe a funcionar na cabeça de milhares de pessoas como verdade, unicamente porque foi pronunciado daquela maneira, naquele tom, por aquela pessoa, naquela hora.” (Foucault, 2015, p. 228).

Foucault (2014) aborda a noção de vontade de verdade como um dos principais mecanismos de controle do discurso. Segundo o autor, essa vontade de verdade atua como um regulador do discurso, estabelecendo o que pode ser dito e o que deve ser silenciado, funcionando como uma espécie de filtro que determina quais discursos são permitidos e quais são marginalizados ou censurados.

A vontade de verdade não é estática, mas sim histórica e contingente, pois os critérios que definem a verdade e os mecanismos que a sustentam mudam ao longo do tempo, refletindo as transformações sociais, culturais e políticas. De acordo com o autor, ela está intimamente ligada ao poder, pois aqueles que têm o controle sobre a produção e disseminação da verdade possuem também o controle sobre a sociedade. Dessa maneira, instituições como a ciência, a educação, e a mídia desempenham um papel crucial na manutenção dessa vontade de verdade, funcionando como agentes de poder que legitimam certos conhecimentos enquanto excluem outros. O autor aponta também que a vontade de verdade afeta a maneira como os indivíduos se percebem e são percebidos, influenciando a construção da subjetividade e determinando os modos de ver e de ser, moldando as identidades e as práticas sociais.

Na visão do filósofo, portanto, a verdade é uma construção social e histórica, mantida e regulada por mecanismos de poder que operam através do discurso. Além disso, a vontade de verdade não é uma busca neutra pelo conhecimento, mas um exercício de poder que tem profundas implicações na forma como a sociedade é estruturada e em como o conhecimento é produzido e disseminado.

A “produção de verdades” se mostra como resultado de estratégias e práticas discursivas, determinadas pelo tempo, espaço e condições de produção (ou posições ideológicas), que são premissas constitutivas da função enunciativa (Foucault, 2019). Esses fatores fazem do enunciado e do discurso que deles emergem objetos sócio-históricos, e assim devem ser compreendidos para serem analisados. Afinal, a palavra é vazia de sentido. Ao ser materializada no ato da enunciação – acontecimento da fala, do dizer, que pressupõe a interação de, no mínimo, dois sujeitos e que abrange elementos linguísticos e extralinguísticos – a palavra torna-se enunciado e, então, a construção do sentido é possível. Podemos afirmar, portanto, que o enunciado só possui sentido nas relações discursivas.

Embora o enunciado seja um acontecimento que só adquire esse *status* a partir da ação (fala) do sujeito, Foucault sustenta que o analista não deve se deter nas relações entre esse sujeito e o que ele diz ou omite, mas, sim, em “determinar qual é a posição que se pode e deve ocupar todo indivíduo para ser seu sujeito.” (Foucault, 2008, p. 108). Ou seja, o autor

vê o sujeito do enunciado como uma categoria vazia, que pode ser ocupada por vários indivíduos. Dessa forma, ele nos convida a refletir sobre os papéis que cada ser pode assumir nas mais diversas situações enunciativas e em diferentes enunciados, ocupando neles a “função sujeito” (Foucault, 2008, p. 105).

Essa visão da função sujeito faz sentido se pensarmos, ainda com Foucault, que o enunciado, apesar de ser um acontecimento e, por isso mesmo, ser único, é passível de se repetir enquanto estrutura/forma linguística, mas nunca terá o mesmo sentido, uma vez que as situações enunciativas (acontecimentos) serão, essas sim, sempre diferentes. Segundo a interpretação de Cleudemar Fernandes sobre esse tópico, para Foucault, “o discurso é categoria fundante do sujeito” (Fernandes, 2014, p. 110), o que, levando em conta as diferenças epistemológicas, nos remeteu a Benveniste, quando este diz que “é na linguagem e pela linguagem que o homem se constitui como sujeito” (Benveniste, 1991, p. 286).

3 Os paradoxos do sistema midiático

Os meios de comunicação são um sistema complexo que “opera fundamentalmente com mensagens verbais e não verbais, frequentemente multimodais, e seus setores são o mercado editorial (edição), a imprensa escrita, a radiodifusão e a televisão (audiovisual)” (Salgado; Oliva, 2018, p. 896). Do ponto de vista discursivo, o funcionamento da mídia pode ser entendido como um sistema de distribuição de discursos – e, portanto, de saber e poder – “composto por matrizes de *sociabilidade* (corporações de notícia, agências, blogosfera, jornalismo livre, etc.) que encarnam *vetores de sensibilidade* (gêneros do discurso inscritos em materialidades diversas, impressas, eletrônicas e digitais)” (Salgado; Oliva, 2018, p. 895). Logo, para um sistema com tal prerrogativa, falar em regulação pode, sim, ser um tabu. Mas, ressaltamos, isso se explica apenas em razão de desconhecimento da matéria ou por descompromisso com o interesse público.

Em meio à polêmica, há um termo recorrentemente utilizado como argumento para sustentar opiniões, seja por quem é a favor ou por quem é contra a regulação. De tão forte, ao ser pronunciado tem-se a impressão de que ele terá o condão de pôr fim aos embates. Talvez por servir a todos, aparenta *dizer tudo*. Mas, de tão batido, parece nada significar. O termo coringa desse imbróglio é liberdade de expressão. Não é à toa que o conceito é tão disputado, já que o próprio exercício da liberdade de expressão envolve contradições e conflitos éticos que fazem dele um dos grandes desafios das democracias contemporâneas.

O livro “A ironia da liberdade de expressão: Estado, regulação e diversidade na esfera pública” (Fiss, 2022) aborda justamente a exigência que se impõe para o equilíbrio entre a necessária autonomia dos meios de comunicação – uma das principais instituições para o “exercício de autogovernança coletiva” em regimes democráticos (Fiss, 2022, p. 71) – e a promoção da diversidade de vozes e de pensamentos. A questão é que a independência econômica e jurídica da mídia acaba deixando a balança muito desigual. Tanto que, na década de 1960, advogados norte-americanos começaram a se perguntar: “poderia o Estado ter um papel na promoção da missão democrática da imprensa?” (Fiss, 2022, p. 71-72).

O advento da internet (com destaque para as redes sociais) deixou ainda mais complexa a equação. Fiss (2022) pondera que, por um lado, a rede de computadores trouxe ao indivíduo comum a possibilidade de criar, opinar e publicar sem intermediários, mas, por outro, as plataformas virtuais continuam pressionadas pelo ambiente econômico, isto é, suas

decisões também são influenciadas pelo desejo do lucro, assim como os canais tradicionais de radiodifusão e o meio editorial. Por esse caminho, chegamos ao paradoxo da liberdade de expressão, em que a ampliação de interlocutores “pode vir a acelerar a erosão da função democrática dos meios de comunicação” (Fiss, 2022, p. 25), em um mundo repleto de notícias falsas e fontes nem sempre confiáveis, o que leva as pessoas a se fecharem em grupos polarizados, empobrecendo os debates (Fiss, 2022).

Salgado e Oliva (2018) contribuíram para a reflexão destacando as contradições do sistema pela perspectiva do direito público e privado, explorada por Ferry (1998). Desse ângulo, torna-se nítido que o sistema opera numa dimensão pública da vida política empregando uma liberdade privada, uma vez que suas escolhas sobre o que é relevante divulgar são discricionárias e que, regra geral, não há que se prestar contas delas. Em vista disso, fazemos coro ao questionamento dos autores: “Uma liberdade privada e uma autorregulação dão conta das expectativas públicas, legítimas, que se têm sobre o sistema midiático?” (Salgado; Oliva, 2018, p. 909).

Em artigo publicado no Uol, o jornalista Camilo Vannuchi (2021) explica alguns pontos que consideramos relevantes, pois são motivos de dúvidas para muitas pessoas. Em primeiro lugar, a regulação em pauta não atinge o funcionamento de jornais e revistas, mas apenas a comunicação eletrônica. Em segundo lugar, a opinião pública não enxerga a TV como concessionária de um serviço público, ou seja, dependente do governo para funcionar. Muitos a veem como empresas privadas que podem oferecer o serviço que quiserem.

No entanto, nada esquentava mais o debate do que dizer que “o PT” – sempre ele – quer regular conteúdo. E com razão. Afinal, esse é o ponto vital: sobre o que a sociedade discute, tendo o ambiente midiático como espaço de manifestação e interação? Mas a proposta em tela (feita em conjunto por várias entidades da sociedade civil e não pelo PT, é bom lembrar) não caracteriza censura, mas, usando a expressão de Vannuchi, “dispositivos civilizatórios”. Para ajudar a entender em que nível atuam tais dispositivos, o jornalista pergunta: “Não é estranho que as televisões não possam exibir propaganda de cigarro, mas estejam liberadas para exibir tiroteios ao vivo, e até execuções, em programas exibidos às cinco da tarde?” (Vannuchi, 2021).

Regular a mídia não pressupõe censura ou controle da imprensa, como também não implica restrições às liberdades de imprensa, de opinião ou de expressão. A palavra regular, como podemos encontrar no dicionário Silveira Bueno (2007), é definida como “sujeitar a regras, regulamentar; acertar”. Censurar, por sua vez, refere-se “a condenar, repreender, desaproveitar, impedir a exibição ou publicação”. Neste sentido, entendemos que regular é determinar como isso vai funcionar. Censurar é calar os veículos.

Vannuchi (2018b), ao se debruçar acerca do estudo do direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil, aponta que conceber o direito humano à comunicação implica entender os cidadãos que participam do sistema de comunicação como sujeitos de direitos. Segundo o autor,

É oportuno aprimorar o aparato de proteção, sobretudo em relação aos abusos cometidos pelas empresas de mídia: a violação do direito à privacidade, o crime de injúria ou difamação, a exploração da imagem de crianças e vulneráveis, entre outros. Ao mesmo tempo, é fundamental que instâncias jurídicas e sociedade civil estejam preparadas para lidar com o tema do direito à comunicação. (Vannuchi, 2018b, p. 179)

Até a promulgação da Constituição Federal de 1988, as leis que regulavam a imprensa ou a radiodifusão estavam dispersas na legislação ordinária. Como nos mostra Vannuchi (2018a),

As regras sobre o que pode e o que não pode ser transmitido em razão do horário, sobre quem pode e quem não pode ser dono de jornal ou sobre quem pode e quem não pode obter concessões de rádio ou TV mostravam-se anacrônicas diante da complexidade dos desafios que afluíam na aurora da Era da Informação, em meados do século XX. (Vannuchi, 2018a, p.24)

Este cenário pouco difere do atual no que diz respeito à ausência de instrumentos legais capazes de implementar as garantias constitucionais de 1988. Neste sentido, o autor enumera uma série de parágrafos e artigos da CF que nos fazem refletir acerca da ausência de regulação.

Se o parágrafo 5º do Artigo 220 da CF estabelece que “os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”, como admitir que quatro conglomerados de mídia detenham 85% das emissoras e retransmissoras de televisão no país e percentual semelhante de toda receita publicitária movimentada pela TV aberta no país? Se o artigo 54 da mesma CF determina que “os Deputados e Senadores não poderão, desde a expedição do diploma, firmar ou manter contrato com pessoa jurídica de direito público, autarquia, empresa pública, sociedade de economia mista ou empresa concessionária de serviço público”, como justificar o grande número de parlamentares à frente de emissoras de rádio e TV, todas elas concessionárias de serviço público segundo a legislação brasileira? (Vannuchi, 2018a, p.25)

Algumas propostas no âmbito legislativo vêm sendo feitas para regulamentar os princípios constitucionais. Uma parte dessas propostas encontra-se hoje sistematizada no Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica, também conhecido como Projeto de Lei da Mídia Democrática, que começou a ser debatido em 2009, na Conferência Nacional de Comunicação, e foi consolidado em 2011, no âmbito do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

O projeto é amplo (são 297 artigos, 52 a mais que a Constituição Federal) e ambicioso. A meta é garantir multiplicidade de vozes, reduzindo a concentração econômica, combatendo os oligopólios e promovendo maior pulverização de emissoras, sobretudo as públicas, estimulando a participação popular, a representatividade regional, econômica, racial e de gênero (Vannuchi, 2020). A pluralidade de ideias é fator basilar do Estado democrático e o objetivo da regulação da mídia é favorecer a circulação da diversidade de opiniões, culturas, necessidades e interesses da população; estimular a produção local de conteúdo; e promover liberdade de informação e de expressão.

4 Da língua ao discurso

Para fins de análise, foram selecionadas dez manchetes referentes ao assunto, publicadas entre agosto de 2021 e dezembro de 2022, abrangendo, portanto, o período da campanha presidencial e o primeiro mês pós-eleição. Nossa justificativa pela escolha desses objetos se dá porque “os títulos de jornais podem também agir sobre os raciocínios dos leitores, con-

siderando que se encontra subjacente a esses enunciados uma orientação argumentativa.” (Emediato, 2013, p. 90).

Nosso olhar sobre as manchetes será conduzido, em um primeiro momento, pela perspectiva da semântica argumentativa, com seus índices de avaliação e indicadores atitudinais (Koch, 1995), e pela perspectiva discursiva, visando a flagrar as estratégias de enquadramento, de orientação argumentativa indutora de raciocínios e as de apagamento enunciativo, propostas por Emediato (2013). Exploradas a materialidades linguística e discursiva do nosso objeto, refletiremos, então, à luz dos conceitos de enunciado e de vontade de verdade de Foucault (1972 e 2014), sobre os modos como o discurso midiático direciona os temas e a interpretação deles para a sociedade, contribuindo, assim, para a manutenção do *status quo*. Frisamos que o percurso metodológico delineado não implica uma leitura fragmentada em cada etapa da proposta de análise, mas, sim, lentes a serem usadas, cada uma a seu tempo, a fim de iluminarmos as camadas que nos interessam para chegar ao discurso.

Os índices de avaliação e os indicadores de atitude nos darão pistas sobre a orientação da argumentação discursiva das manchetes, realçando a atitude subjetiva do seu enunciador. Mas eles também podem colocar em evidência aquilo sobre o qual se fala, na forma de uma avaliação do referente. Tais índices e indicadores serão identificados nos modalizadores por meio dos quais o enunciador se representa, e também nos operadores argumentativos, marcadores de pressuposição e conectores circunstanciais.

Sobre a construção específica do texto/discurso jornalístico, nossa atenção se voltará para três estratégias descritas por Emediato (2013, p. 79) e que adotaremos como categorias de análise. A primeira delas, enquadramento, se dá pela tematização (ocorre quando se direciona o raciocínio a partir de um dado aparentemente consensual); por designação (modalidade apreciativa que tende a generalizar, rotular pessoas e instituições, criando um laço de causalidade infundada com os fatos); pelos verbos de atitude (remetem ao comportamento psicológico do agente e decorre da interpretação do jornalista); e pelo questionamento (forma de incitar o leitor a desenvolver determinada problematização). A segunda categoria são as estratégias enunciativas, que consistem em divulgar opiniões como se fossem verdades estabelecidas. E a terceira é a orientação argumentativa indutora de raciocínios, que pode ser por causalidade (pontos de vista que se insinuam como causa de um acontecimento) e por tipos de raciocínio (o discurso induz a um tal entendimento que leva o leitor a se indignar; é uma estratégia que busca sensibilizar pela emoção).

5 A vontade de verdade que emerge das manchetes

(1) Brasil 247 – 27/08/21:

“Lula volta a defender regulamentação da mídia: ‘uma regulamentação que não seja censura’”

Nesta primeira manchete, verificamos o enquadramento por verbos de atitude “volta a defender” (*insiste*), remetendo ao comportamento psicológico do agente, a partir da avaliação do jornalista. A construção é identificada também como um marcador de pressuposi-

ção, pois deixa subentendido que o leitor já sabe que tal defesa já ocorreu. E, como que para não deixar dúvidas, o jornal eletrônico se antecipa aos possíveis questionamentos do leitor e, numa ação responsiva, lança mão do discurso relatado, na voz do próprio candidato Lula: “uma regulamentação que **não** seja censura”. Tal recurso funciona como um *mas* (mas **não** é censura), um operador de contraposição que, neste caso, é utilizado junto com a negativa com o objetivo não apenas dizer o que se pretende fazer como também de esclarecer o que não se pretende, refutando, assim, a visão disseminada por parte dos meios de comunicação de que regulamentar equivale a censurar. Identificamos também um enquadramento por tematização, pois indica um posicionamento implícito, uma opinião que o jornal deseja fazer circular como forma de “agir sobre as representações do outro ao lhe propor um debate inserido nos seus limites ou enquadres.” (Emediato, 2013, p. 82).

(2) Associação Brasileira de Agências de Publicidade – 31/08/2021:

“Por que a regulamentação da mídia no Brasil é inviável?”

Aqui há um enquadramento por questionamento, numa “visada incitativa” (Emediato, 2013, p. 84), quando o jornal instiga o leitor a desenvolver determinada problematização (no caso, sobre a *inviabilidade* da regulação), e, ao mesmo tempo, há uma estratégia enunciativa (Emediato, 2013, p. 86), quando a opinião do jornalista é assumida como verdade e é divulgada como se fosse uma informação, ou seja, uma manobra manipulativa.

(3) Folha – 19/09/2021:

“Lula pressiona PT a retomar debate sobre regulação da mídia”

O verbo *pressionar* tem uma dimensão argumentativa que leva o leitor a reagir de forma negativa ao enunciado (e ao agente Lula, em especial). Trata-se de enquadramento por verbos de atitude em que *pressiona* traz a ideia de um comportamento arrogante, violento, autoritário do agente (Lula), em função de um desejo intenso que dá a entender o verbo *retomar* (trazer de volta algo interrompido e sobre o qual se quer muito, pois é retomado). É uma “estratégia de enquadramento do dizer do outro que indica em qual perspectiva ele [o leitor] deve compreender esse dizer” (Emediato, 2013, p. 84). Identificamos também uma orientação argumentativa indutora de raciocínios (doravante indicada pela sigla OAIR) provocada pela emoção (Emediato, 2013, p. 93), em função do efeito/impacto do verbo *pressionar* e da interpretação que ele induz.

(4) Veja – Amarelas On Air – 11/10/21:

“Fábio Faria: ‘É uma pena falar em regulação da mídia em 2021’”

Nesta foi utilizada a estratégia enunciativa por asserção no discurso relatado (Emediato, 2013, p. 89), que, ao mesmo tempo em que introduz tensão ao debate, por geralmente ser uma declaração de impacto por demarcar um posicionamento, pode ser também uma forma de o informante (o veículo de comunicação) compartilhar e fazer circular uma opinião que lhe é própria. Nesta manchete temos a presença de OAIR pela emoção, em função do indicador atitudinal (Koch, 1995) “é uma pena” (*é lamentável*), que remete diretamente às

intenções, sentimentos ou atitudes do agente/locutor com relação ao seu discurso e indica o estado psicológico com que esse agente/locutor se representa diante do enunciado que produz. Em suma, a manchete é uma nítida demonstração do posicionamento valorativo do enunciador (Bakhtin, 2011).

(5) Veja – Radar – 22/02/22:

“Vingativo, Lula volta a defender a regulação da mídia”

Um discurso ostensivo no que se refere à explicitude do posicionamento. O adjetivo vingativo é altamente valorativo e revela uma nítida OAIR por causalidade (Emediato, 2013, p. 90) – quando o discurso induz a um tal raciocínio que, ao provocar um efeito de verdade (Foucault, 2015), leva o leitor a se indignar. A expressão “volta a defender” (*insiste*) denota o enquadramento por verbos de atitude (Emediato, 2013, p. 83) e remete ao comportamento psicológico do agente. Porém, diferentemente da manchete de Brasil 247 (1), que utiliza a mesma construção, aqui o termo adquire um tom negativo. Em resumo: induz ao entendimento de que Lula é vingativo e, por isso, ele insiste em defender a regulação da mídia, logo, a regulação é algo ruim.

(6) Metrôpoles – Justiça – Manoela Alcântara – 05/05/22:

“Fux critica regulação da mídia, proposta defendida por Lula”

Mesmo não havendo um discurso relatado, com as falas textuais dos dois personagens, nesta manchete é possível perceber que o enquadramento dado apresenta uma qualificação desfavorável em relação à posição defendida por Lula, em razão da credibilidade e do peso da opinião de um ministro do STF. Além disso, a construção da manchete produz tensão em torno do assunto ao realizar o enquadramento por verbos de atitude na forma de duas asserções antagônicas: *criticar x defender*.

(7) CNN – junho/2022:

Eleições 2022 – Especialistas: regulação da mídia fere a Constituição – Proposta abre brecha para censura e controle de conteúdo”

De todas as manchetes analisadas, esta chamada de um telejornal do canal CNN apresenta o posicionamento mais explícito, lançando mão de um conjunto de sintagmas de grande impacto em função de uma carga semântica que remete a corte, cisão (*ferir*) e a ameaça à liberdade (*censura e controle*). Além disso, a expressão “abre brecha” sugere algo como uma ameaça que se insinua por uma fresta que está prestes a ser aberta, mas que ainda pode ser contida com a discordância, com o repúdio ou o ataque. Tudo com o aval de autoridades no assunto, os *especialistas* (argumento de autoridade). Para atingir esse efeito, a manchete é construída a partir de estratégias enunciativas, a fim de tentar apagar a voz do enunciador (o veículo), dando voz aos especialistas e, assim, legitimar o título. É identificado também o enquadramento por tematização (para direcionar a opinião do espectador); por verbos de atitude, sendo que *abrir brecha* dá a entender manobras em torno de algo ilegítimo e que, por isso, é forçado, como quem precisa forçar uma porta para entrar. Por fim, há OAIR pela emo-

ção, graças, principalmente, ao uso do verbo *ferir*. Não haverá democratização da mídia, mas controle, é o que busca afirmar. Não haverá marco regulatório, mas destruição da liberdade de imprensa, remete a manchete.

(8) Estadão – 01/10/2022:

“Lula retomou defesa da regulação da mídia em acenos ao PT mais radical”

A escolha do qualificador *radical*, acrescido do intensificador *mais* indicam uma visão do jornalista e acabam sugerindo ao leitor uma associação direta entre o tema regulação da mídia e a existência de uma parte radical do Partido dos Trabalhadores, levando à interpretação de que regulação da mídia seja algo ruim, porque extremo e, portanto, não deve ser aceito, mas sim, combatido. A estratégia configura-se um enquadramento por designação (Emediato, 2013, p. 82), pois cria um laço de causalidade, sugerindo que o tema regulação da mídia tem como origem e incentivo os petistas radicais, o que se vê no trecho “acenos ao PT mais radical”.

(9) Carta Capital – 27/10/2022:

“Regulação da mídia x censura: um guia para não cair em pegadinhas”

Ao colocar os dois conceitos em oposição, a manchete se propõe a ser um guia: mostrar o caminho, orientar, conduzir e até “socorrer”, já que, na sequência, a manchete indica que o objetivo é evitar que o leitor caia em pegadinhas, isto é, envolva-se em situações embaraçosas e constrangedoras por desconhecimento, enfim, ser enganado, iludido. A tentativa, aqui, é de prestar um serviço de utilidade pública, explicando os conceitos e a atual proposta de regulação da mídia (*mostrar os caminhos*) para que o leitor conheça e decida. Importante ressaltar que, mesmo neste caso, em que um veículo de comunicação procura prestar um real serviço de utilidade pública, não há neutralidade, pois todas as escolhas são motivadas, guiadas por interesses editoriais e/ou econômicos, políticos e ideológicos. A diferença estará no nível de comprometimento econômico da empresa e, sobretudo, com o seu compromisso ético. Identificamos um enquadramento pela tematização (p. 80), que pode ser lida como um recado ao leitor: informe-se.

(10) Jovem Pan – 15/12/22:

“Regulação da imprensa e das mídias sociais não passa de desculpa para censurar”

A última manchete selecionada indica também um enquadramento pela tematização, mas lança mão de uma estratégia enunciativa que traz opinião como se fosse uma verdade estabelecida (regulação é censura), além de OAIR pela emoção (provocar indignação). A expressão “Não passa de” (que pode ser lida como *é evidente que*) é um modalizador reducionista que desfavorece e deslegitima o discurso do outro (*é só isso; nada além disso*), como se desvendasse um falsário. Induz a leitura de que *regular é censurar*. Em “desculpa para censurar”, o sintagma *desculpa*, neste caso, evoca o sentido de algo negativo, remete a engodo, fingimento; e *censurar* direciona a atos típicos de regimes autoritários, remetendo, em oposição, ao apanágio da liberdade de expressão, sempre a instigar arroubos de defesa de todos os lados.

6 O novo está no acontecimento

A análise enveredada pelas manchetes e chamadas de alguns dos principais jornais do país nos permitiu enxergar como o discurso dos meios de comunicação é atravessado por índices axiológicos, sendo construído com o propósito de desmerecer e até de incriminar a defesa da regulação da mídia, como se ela fosse uma proposta inconstitucional. As estratégias identificadas nos levaram, em suma, a divisar um discurso orquestrado na disputa pelo poder. O poder de criar a verdade.

Foucault (2015) entendia a verdade como “o conjunto de procedimentos que permitem a cada instante e a cada um pronunciar enunciados que serão considerados verdadeiros. Não há absolutamente instância suprema” (Foucault, 2015, p. 277). Dessa forma, o filósofo nos ajuda a compreender a tarefa inglória (e talvez impossível) da busca pela verdade, restando-nos então o desafio de deslindar os processos de construção dos efeitos de verdade. Generoso, nos dá o caminho das pedras que, segundo ele, se dá por meio do discurso:

Se quisermos, não digo apagar esse temor [pelo discurso], mas analisá-lo em suas condições, seu jogo e seus efeitos, é preciso, creio, optar por três decisões [...] questionar nossa vontade de verdade; restituir ao discurso seu caráter de acontecimento; suspender, enfim, a soberania do significante. (Foucault, 2014, p. 48).

As manchetes que compõem nosso objeto de análise só fazem sentido se as lemos em suas condições de produção. No nosso caso, as publicações se deram durante o período da campanha presidencial mais acirrada e polarizada da história recente do Brasil, não apenas devido à ascensão da extrema direita no país, mas também pelas possibilidades de retorno de um governo de esquerda e da diminuição dos privilégios – e do direito à voz, à influência, à dominação pelo discurso, ao tempo de programação, aos lucros com publicidade – da elite econômica. Dessa forma, as manchetes analisadas representam enfrentamentos de forças dessas relações de poder, seja para mantê-lo, seja para conquistá-lo. Como as relações de poder são reversíveis, há sempre a possibilidade de resistência e “o poder daquele que domina tenta se manter com tanto mais força, tanto mais astúcia, quanto maior for a resistência” (Foucault, 2015, p. 227).

Embora façam parte de um longo, complexo e conhecido jogo de luta pelo poder, as palavras (discurso) inauguram o novo cada vez que são ditas ou escritas, pois o instante (o momento da enunciação) é irrepetível e isso deve ser levado em conta ao serem lidas e ouvidas. Afinal, “o novo não está no que é dito, mas no acontecimento de sua volta” (Foucault, 2014, p.25).

A análise que acabamos de realizar nos possibilitou concluir que os jornais operaram uma campanha de oposição ao marco regulatório dos meios de comunicação. Observamos que a ironia foi um recurso utilizado sobretudo quando se incorporam elementos constitutivos do discurso favorável ao marco regulatório, mas com a evidente intenção de desconstruí-lo. Foi possível constatar que os discursos dos jornais sobre a regulação da mídia demonstram uma evidente intenção de influenciar, de convencer, muito mais do que de informar. O “efeito de verdade” é mais importante do que o “valor de verdade”, conforme Charaudeau:

É preciso soar verdadeiro, parecer verdadeiro. Para influenciar e obter os «efeitos esperados». Comunicar, informar, tudo é escolha. Não somente escolha de conteúdo.

dos a transmitir, não somente escolha das formas adequadas para estar de acordo com as normas do bem falar e ter clareza, mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas.» (Charaudeau, 2012, p. 39)

Chama a atenção a ausência de reportagens explicativas que se disponham a apresentar de forma pedagógica o que diz a Constituição Federal, o que falta regulamentar e o que tem sido sugerido pela sociedade civil e pelos partidos políticos como proposta de um novo marco regulatório para o setor.

Como nos mostra Vannuchi (2018a), em uma análise acerca da regulação dos meios de comunicação no discurso dos jornais, o que quase sempre encontramos na “instância de produção”, conforme categoria discursiva proposta por Charaudeau (2012), é “um formulador que reivindica os papéis de defensor da liberdade de imprensa e de arauto da democracia para deflagrar um discurso anti-regulação que não necessariamente pode ser traduzido como democrático”. (Vannuchi, 2018a, p. 36). Seu *ethos* é o da empresa jornalística e não o do cidadão.

7 Considerações finais

Este artigo teve o objetivo de examinar a dimensão argumentativa de dez manchetes sobre regulação da mídia e como o discurso dos meios de comunicação direciona as pautas para a sociedade, em função dos interesses das empresas jornalísticas. Como categorias de análise foram escolhidas as estratégias enunciativas e de enquadramento propostas por Emediato (2013); os índices de avaliação e os indicadores atitudinais de Koch (1995); os conceitos de enunciado e de vontade de verdade desenvolvidos por Foucault (1972, 2014); e a noção de manipulação e efeito de verdade de Charaudeau (2022).

A polêmica em torno das propostas de regulação da mídia é alimentada, muitas vezes, pelos próprios veículos que, em vez de esclarecerem, acabam confundindo a população. Na verdade, os discursos examinados revelam uma campanha de oposição à medida, por meio de estratégias enunciativas que manipulam e induzem o leitor a uma dada interpretação. Com o argumento de que as propostas de regulação são formas de censura, muitos se arrogam à posição de defensores da democracia e da liberdade de expressão.

Tendo em vista esse cenário, discutir projetos de regulação da mídia é uma necessidade urgente. Muitas democracias consolidadas como os Estados Unidos e o Canadá, por exemplo, têm leis rigorosas sobre o funcionamento da mídia. Aos que rejeitam a regulação poderíamos perguntar: a total autonomia da mídia em relação ao Estado garantiria o pluralismo de ideias da mesma forma que o Estado mínimo garantiria uma economia saudável, inclusiva e dignificante para todas as camadas da sociedade? Na dúvida, é preciso nos questionar ainda: que sociedade queremos?

É claro que, como bem assinalou Fiss (2022), não podemos esquecer o potencial opressivo do Estado. No entanto, podemos trabalhar para que ele use sua força para fomentar e oportunizar a igualdade e a liberdade de expressão, pois promover os direitos discursivos das minorias e das populações vulneráveis faz parte das condições para a autogovernança global, essência da democracia. Nessa área, professores, pesquisadores e profissionais do texto têm muito a contribuir, a começar pelo desenvolvimento de pesquisas e projetos pedagógicos

apoiados na democratização e na socialização dos conhecimentos. Tais ações são essenciais para a formação de leitores cada vez mais indagadores, reflexivos, analíticos e responsivos, a fim de darem conta das leituras que o universo midiático, e o mundo, exigem deles.

Neste trabalho, optamos por fazer o percurso analítico a partir da língua, a fim de acompanhar o fio reflexivo que a concebe como interação para podermos chegar, enfim, ao discurso. Mas esta não é uma separação absoluta. Língua e discurso estão imbricados de tal forma que o sentido só pode ser construído pela conjunção de ambos, passando pela materialidade do texto e pelo sujeito, aquele que responde por um dado discurso ao ocupar o lugar de um determinado dizer, em um momento único e irrepetível da história.

Declaração de autoria

Fernanda Valle escreveu a Introdução e as seções *Os paradoxos do sistema midiático; A vontade de verdade que emerge das manchetes; O novo está no acontecimento* (este, em conjunto com Mayara Magalhães); e as *Considerações finais*. Mayara Magalhães escreveu o *Resumo* e as seções *No discurso, os embates das relações de força e poder; Da língua ao discurso; e O novo está no acontecimento* (este, em conjunto com Fernanda Valle).

Referências

ALCÂNTARA, M. Fux critica regulação da mídia, proposta defendida por Lula. *Metrópoles – Justiça*, 05 mai. 2022. Disponível em: <<https://www.metrosoles.com/brasil/justica/fux-critica-regulacao-da-midia-proposta-defendida-por-lula>>. Acesso em: 03 dez. 2022.

AMOSSY, R. *L'argumentation dans le discours*. Paris: Colin, 2006.

BAKHTIN, M. *Estética da Criação Verbal*. 6. ed. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2011.

BENVENISTE, É. *Problemas de linguística geral I*. Tradução de Maria da Glória Novak e Maria Luiza Neri. 3. ed. Editora da Universidade Estadual de Campinas. São Paulo: Pontes, 1991.

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 23 jan. 2023.

BRASIL. *Decreto nº 21.111, de 1º de março de 1932*. Aprova o regulamento para a execução dos serviços de radiocomunicação no território nacional. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-21111-1-marco-1932-498282-publicacaooriginal-81840-pe.html>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

BRASIL. *Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962*. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1960-1969/lei-4117-27-agosto-1962-353835-publicacaooriginal-22620-pl.html>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

BRASIL. *Lei nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998*. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <<https://www.camara.leg>>.

br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=444446&filename=LegislacaoCitada%20PL%20480/2007>. Acesso em: 5 jan. 2023.

BRASIL. *Lei nº 12.965 de 23 de abril de 2014*. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <<https://legislacao.presidencia.gov.br/atos/?tipo=LEI&numero=12965&ano=2014&ato=93eUTRE9ENVpWTdb6>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

BRASIL. *Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018*. Dispõe sobre a proteção de dados pessoais e altera a Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet). Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2018/lei-13709-14-agosto-2018-787077-publicacaooriginal-156212-pl.html>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

BUENO, S. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. 2. ed. São Paulo: FTD, 2007.

CHARAUDEAU, P. *A manipulação da verdade: do triunfo da negação às sombras da pós-verdade*. São Paulo: Editora Contexto, 2022.

CHARAUDEAU, P. *Discurso das Mídias*. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

DALL'AGNOL, L. Vingativo, Lula volta a defender a regulação da mídia. *Veja – Radar*, 22 fev. 2022. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/radar/vingativo-lula-volta-a-defender-a-regulacao-da-midia>>. Acesso em: 03 dez. 2022.

Eleições 2022 – Especialistas: regulação da mídia fere a Constituição – Proposta abre brecha para censura e controle de conteúdo. CNN, jun. 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=S30Fyrt32g>>. Acesso em: 03 dez. 2022.

EMEDIATO, W. A construção da opinião na mídia: argumentação e dimensão argumentativa. In: EMEDIATO, W. (org.). *A construção da opinião na mídia*. Belo Horizonte: FALE/UFMG, Núcleo de Análise do Discurso. 2013. p. 69-103.

FARACO, C. A. O problema do conteúdo, do material e da forma na arte verbal. In: BRAIT, Beth (org.). *Bakhtin, dialogismo e polifonia*. São Paulo: Contexto, 2009. p. 95-111.

FERNANDES, C. A. Em Foucault, o sujeito submergido no discurso. In: PIOVEZANI, C.; CURCINO, L.; SARGENTINI, V. (orgs.). *Presenças de Foucault na Análise do Discurso*. São Carlos: EduFSCar, 2014. p. 107-124.

FERREIRA, E. S. Desinformação, desinfodemia e letramento midiático e informacional – um estudo do processo estruturado no Brasil sob o governo Jair Bolsonaro e as formas de enfrentamento. *SCRIPTA*, Belo Horizonte, v. 25, n. 54, p. 96-128, 2021. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2021v25n54p96-128>

FERRY, J-M. Culture et médias dans l'espace européen. Pour une Charte européenne de l'Audiovisuel. In: Dumont; Strowel. (dir.). *Politique culturelle et droit de la radio-télévision*. Bruxelles: Facultés Universitaires Saint-Louis, p. 43-64, 1998.

FISS, O. M. *A ironia da liberdade de expressão: Estado, regulação e diversidade na esfera pública*. Tradução e prefácio Gustavo Binenbojm, Caio Mário da Silva Pereira Neto. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2022.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. São Paulo: Editora Vozes, 1972.

FOUCAULT, M. *A arqueologia do saber*. 7. ed. São Paulo: Editora Forense Universitária, 2008.

- FOUCAULT, M. *A ordem do discurso*. 24. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2014.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do poder*. 10. ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019, p. 255.
- FOUCAULT, M. Poder e saber. In: MOTTA, M.B. (org.) *Ditos e escritos IV: estratégia, poder-saber*. 3. ed. Tradução de Vera Lucia Avellar Ribeiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015. p. 218-235.
- INTERVOZES. *Políticos donos da mídia: levantamento do Intervozes em 10 estados denuncia prática ilegal de candidatos que são proprietários de canais de Rádio e TV*. Disponível em: <<https://intervozes.org.br/politicos-donos-da-midia->>. Acesso em: 3 dez. 2023
- KOCH, I. V. *A inter-Ação pela linguagem*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 1995.
- Lula pressiona PT a retomar debate sobre regulação da mídia. *Folha de S. Paulo*, 19 set. 2021. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/09/lula-pressiona-pt-a-retomar-debate-sobre-regulacao-da-midia.shtml>>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- Lula retomou defesa da regulação da mídia em acenos ao PT mais radical. *Estadão - Política*, 01 out. 2022. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/lula-retomou-defesa-da-regulacao-da-midia-em-acenos-ao-pt-mais-radical/>>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- Lula volta a defender regulamentação da mídia: 'uma regulamentação que não seja censura'. *Brasil 247*, 27 ago. 2021. Disponível em: <<https://www.brasil247.com/midia/lula-volta-a-defender-regulacao-da-midia-uma-regulacao-que-nao-seja-censura>>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- MARQUES, R.; OLIVEIRA, A. A Regulação da mídia na América do Sul no período 2003-2015: análise comparada entre Brasil e Argentina. In: I SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE CIÊNCIA POLÍTICA: ESTADO E DEMOCRACIA EM MUDANÇA NO SÉCULO XXI –2015. Porto Alegre. *Anais...* Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/sicp/wp-content/uploads/2015/09/RodolfoMarquesAndr%C3%A9-Oliveira.pdf>>. Acesso em: 09 jan. 2023.
- MARTINS, M. Entenda por que a discussão sobre regulação da mídia sempre volta. *Brasil de Fato*. Opinião, 10 set. 2021. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2021/09/10/artigo-entenda-por-que-a-discussao-sobre-regulacao-da-midia-sempre-volta>>. Acesso em: 23 jan. 2023
- OLIVEIRA, C. Fábio Faria: 'É uma pena falar em regulação da mídia em 2021'. *Veja – Amarelas On Air*, 11 out. 2021. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/coluna/clarissa-oliveira/fabio-faria-e-uma-pena-falar-em-regulacao-da-midia-em-2021>>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- Por que a regulamentação da mídia no Brasil é inviável? *Associação Brasileira de Agências de Publicidade*, 31 ago. 2021. Disponível em: <<https://www.abap.com.br/por-que-a-regulamentacao-de-midia-no-brasil-e-inviavel/>>. Acesso em: 03 dez. 2022.
- Projeto de Lei de Iniciativa Popular da Comunicação Social Eletrônica: Lei da Mídia Democrática (2013). Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC). Disponível em: <<https://cresspr.org.br/wp-content/uploads/2015/03/plip-versao-simplificada.pdf>>. Acesso em: 28 jan. 2023.
- Regulação da imprensa e das mídias sociais não passa de desculpa para censurar. *Jovem Pan*, 15 dez. 2022. Disponível em: <<https://jovempan.com.br/opiniao-jovem-pan/comentaristas/reinaldo-polito/regulacao-da-imprensa-e-das-midias-sociais-nao-passa-de-desculpa-para-censurar.html>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

Regulação da mídia x censura: um guia para não cair em pegadinhas. *Carta Capital*, 27 out. 2022. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/regulacao-da-midia-x-censura-um-guia-para-nao-cair-em-pegadinhas/>>. Acesso em: 03 dez. 2022.

SALGADO, L. S.; OLIVA, J. T. O MAL-ESTAR NA COMUNICAÇÃO: a violação da opinião pública pelo sistema midiático brasileiro. *Trabalhos em Linguística Aplicada*, v. 57, n. 2, p. 894–921, maio 2018. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ta/a/yC4MGcDJwpgkQxm34Whgc9c/abstract/?lang=pt#>>. Acesso em: 5 jan. 2023.

UNESCO. *Many Voices One World*. Londres: Kogan Page, 1980. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pfo000040066>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

VANNUCHI, C. A regulação dos meios de comunicação no discurso dos jornais. *Revista ALTERJOR*, Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP), São Paulo, v. 17, n. 1, p. 21-38, 2018a. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/137227>>. Acesso em: 19 jan. 2023.

VANNUCHI, C. O direito à comunicação e os desafios da regulação dos meios no Brasil. *Galaxia (online)*, São Paulo, n. 38, p. 167-180, 2018b. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554232145>

VANNUCHI, C. *Direito Humano à Comunicação: fundamentos para um novo paradigma na regulação dos meios no Brasil*. 2020. 488p. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27164/tde-26022021-222743/>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

VANNUCHI, C. Confira aqui o projeto de regulação da mídia elaborado no governo Lula. *Uol Notícias – Opinião*. 02 set. 2021. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/colunas/camilo-vannuchi/2021/09/02/confira-aqui-o-projeto-de-regulacao-da-midia-elaborado-no-governo-lula.htm>>. Acesso em: 28 jan. 2023.

VOLÓCHINOV, V. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução: notas e glossário: Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2017.