

ETHOS DEMOCRÁTICO NA FOLHA DE S. PAULO: AS ESTRATÉGIAS ENUNCIATIVAS NA COLUNA DO OMBUDSMAN

Maria Silvia Olivi Louzada (UNIFRAN)
Marília Giselda Rodrigues (UNIFRAN/PUC-SP)

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As novas formas de interação, comunicação e circulação de informações propiciadas pelo advento da internet, na medida em que se consolidam como práticas sociais cada vez mais disponíveis a parcelas mais amplas da população, provocam discussões acerca da permanência ou extinção do jornalismo tradicional, sobretudo nos meios impressos (SERRA, 2004).

Os jornais e revistas de maior circulação, a chamada mídia de referência, enfrenta ainda um cenário de debates em torno de sua credibilidade, que afeta também a própria identidade do jornalismo, entendido sempre no Brasil como atividade fundamental para a denúncia das mazelas sociais e a defesa dos valores da democracia.

Diante desse quadro, que pode ser entendido como momento de crise, e diante de um possível enfraquecimento de seu estatuto como discurso, o jornalismo reage com o argumento de que, em meio à avalanche de informações disponibilizadas na rede pelos mais diversos promotores de notícias e ao alcance direto dos cidadãos não-excluídos da cibercultura, o trabalho de seleção, interpretação e certificação de fontes – trabalho do jornal em defesa dos interesses da sociedade – se torna ainda mais necessário.

Nossa pesquisa propôs, com base nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso de linha francesa e, mais especificamente, dos conceitos formulados pelo lingüista francês Dominique Maingueneau a partir da concepção de uma semântica global dos discursos, analisar a coluna do ombudsman do jornal *Folha de S. Paulo*, a fim de identificar ali as pistas de uma possível nova identidade do jornalismo impresso e da atividade jornalística em geral, que garanta sua manutenção com base nas supostas necessidades de informação dos leitores. O *corpus* se compõe de textos extraídos da coluna do ombudsman entre os anos de 2006 e 2008.

Os questionamentos sobre o gênero discursivo, que pressupõem, conforme Maingueneau (2007), entender a maneira como o discurso se relaciona com a cena de sua enunciação, a cenografia, com o *ethos* do enunciador e com as formas ritualizadas que o organizam, classificam e impõem a sua ordem, nos possibilitaram formular um percurso de leitura dos sentidos nos textos reunidos sob a rubrica “ombudsman”.

Assim, pode-se perceber que a coluna do ombudsman reconstrói, a partir das estratégias enunciativas ali mobilizadas, do jogo de vozes (enunciador e co-enunciadores postulados), das estratégias de polidez a fim de encontrar algum equilíbrio entre exigências e co-enunciadores às vezes contraditórios, e das cenas de enunciação que retoma ou constrói, uma cronografia (um momento) e uma topografia (um lugar) que, ao mesmo tempo que possibilitam o surgimento desse discurso, estabelecem um estatuto para ele.

1 PRESSUPOSTOS TEÓRICOS

O modo como Maingueneau (1997, 2005) trabalha a noção de *ethos* é explicitado por ele com enorme clareza, a fim de evitar que se tome tal qual originalmente formulada na retórica aristotélica, como uma escolha do enunciador, à maneira “psicologizante” e “voluntarista” de um autor dono de seu dizer, que elaboraria a sua escolha em função dos efeitos que pretende produzir sobre seu auditório.

Do ponto de vista da AD, diz Maingueneau (1997, p. 45), “esses efeitos são impostos não pelo enunciador, mas pela formação discursiva”. Dessa forma, a questão da adesão é também uma reflexão do processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva (MAINGUENEAU, 2005).

A instância subjetiva, como uma reflexividade enunciativa, segundo ele, se manifesta também como “voz” e como “corpo enunciante”, historicamente dado e inserido em uma situação (cena) que sua enunciação ao mesmo tempo pressupõe e valida.

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, diz Maingueneau (2005, p. 71), não se pode ignorar, entretanto, que o leitor constrói representações do enunciador antes mesmo que ele fale. A essas representações prévias, costuma-se chamar *ethos* pré-discursivo. Ainda que o leitor nada saiba sobre o enunciador, o simples fato de que um texto pertence a um gênero do discurso ou a um certo posicionamento ideológico, ou mesmo ao quadro de uma instituição, induz expectativas em termos de *ethos*. Estas vão ou não se concretizar no discurso, não a partir do que o enunciador diz de si próprio, mas do “tom” de seu discurso, que faz emergir uma voz e uma corporalidade, um *ethos*: “O ‘fiador’ cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter, de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos” (MAINGUENEAU, 2005, p. 72).

É importante ressaltar que não se trata de considerar essa voz como um “sopro iniciador relacionado à intenção de uma consciência”, mas do tom específico que constitui uma vocalidade que é uma dimensão, que faz parte da identidade de um posicionamento discursivo. Pode-se entender, portanto, essa “voz” como uma maneira de dizer que remete a uma maneira de ser. Relacionando o conceito de *ethos* ao de cenografia, Maingueneau formulará um percurso de leitura dos sentidos nos textos:

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

Por isso interessa estudar o *ethos* no discurso jornalístico nos diferentes gêneros. A AD não pode também deixar de refletir sobre gênero quando aborda um *corpus*, pois:

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

É, portanto, na maneira como o discurso se relaciona com a cena de sua enunciação, a cenografia, com o *ethos* do enunciador e com as formas ritualizadas que o organizam, classificam e impõem a sua ordem, que se busca entender as possibilidades de gêneros de discurso.

Os gêneros se dividem então em dois pólos extremos. De um lado estão os que se limitam ao cumprimento de sua cena genérica, não sendo suscetíveis de adotar cenografias variadas. Maingueneau (2001, p. 89) afirma que esses são pouco numerosos. De outro lado, aqueles gêneros que por natureza precisam adotar, escolher uma cenografia (o discurso publicitário é o melhor exemplo).

Entre os dois pólos, estão situados aqueles que podem assumir cenografias variadas, mas que se limitam ao cumprimento de sua cena genérica rotineira.

Diz Maingueneau (2001, p.65) que os gêneros de discurso não podem ser considerados como formas que se encontram à disposição do locutor a fim de que este molde seu enunciado, mas antes se configuram como atividades sociais submetidas a um critério de êxito, em que muitas variáveis, de ordens diversas, estão envolvidas.

2 A COLUNA DO OMBUDSMAN DA FOLHA DE S. PAULO

Tomar para análise o *ethos* é dizer do modo como, por meio das regularidades das suas formas e dos seus conteúdos, o discurso se reveste de um tom de voz, uma corporalidade, o que explica como

os leitores muitas vezes se referem à *Folha*, ou à coluna do ombudsman – “a *Folha* disse”, “o ombudsman discutiu isso” – quase como pessoas, com um jeito próprio de se posicionar no mundo, que simula um modo de presença de um sujeito que discursa, produzindo um efeito de individualidade.

Mendes (1998) diz que “a característica mais marcante no discurso do ombudsman [...] é que deixará de lado o princípio da impessoalidade, tão defendido no jornalismo, e buscará criar uma relação de confiança e de proximidade com o leitor”.

Em algumas séries selecionadas do *corpus* deste trabalho encontramos diferentes “nuances” no modo de construir o fiador nesses discursos, destacando-se, além do “amigo do leitor”, também o “defensor do jornal”, o “jornalista ideal”, o “conselheiro dos jornalistas” e, mais notadamente, o “juiz”, mas não um juiz que imputa penas, e sim um “juiz conciliador”.

Para a análise do *ethos*, elegemos um tema específico para composição de uma série – no caso a cobertura das eleições para presidente em 2006 – e procedemos à análise de como se deu a abordagem do tema e qual foi o tom empregado pelo ombudsman para tratar dele, em colunas tomadas em dois momentos opostos da cobertura: o início das entrevistas com os candidatos na TV e o fim da campanha eleitoral.

A cobertura, pelo jornal, dos debates entre candidatos à presidência e das entrevistas por eles concedidas nas emissoras de TV tomaram boa parte do noticiário, e foram objeto de comentários do ombudsman e de vários colunistas. Um dado desses comentários é que, várias vezes, ao invés de ponderar sobre a performance dos entrevistados, os colunistas se dedicaram a medir a performance dos entrevistadores. A coluna do ombudsman, entretanto, como espaço legitimado para o debate da atuação da mídia, também o fez:

A campanha eleitoral segue pobre, tanto sob o ponto de vista político como jornalístico. A melhor contribuição até agora foi a série de entrevistas feita pelo "Jornal Nacional" ao longo da semana com os principais candidatos à Presidência da República. O desempenho claudicante de todos os candidatos mostrou que os jornalistas William Bonner e Fátima Bernardes estavam mais bem preparados do que os presidenciáveis. A *Folha* foi mal nesta cobertura. A diferença de tratamento dado aos candidatos ficou evidenciada nos títulos e nos espaços que reservou para o noticiário de cada entrevista. O jornal começou com uma cobertura pífia e benevolente na Edição São Paulo de terça-feira e terminou com uma cobertura extensa e bastante crítica na sexta. Na terça, o candidato beneficiado pela falta de vigor do jornal foi Geraldo Alckmin, do PSDB; na sexta, o candidato submetido ao rigor do jornalismo foi Lula. Vou reproduzir os títulos da *Folha* e de "O Globo" para os relatos das entrevistas de Alckmin e Lula para mostrar duas coisas: como o jornal deu um tratamento diferente para cada candidato, o que resulta na falta de equilíbrio; e como o jornal do Rio acabou sendo mais crítico do que a *Folha* na avaliação dos candidatos. Terça-feira: "No "JN", Alckmin defende política de segurança e promete baixar IR" (**Folha**) e "Alckmin erra nos números da educação" ("O Globo"). Duas observações em relação ao título da **Folha**: Alckmin não prometeu baixar o Imposto de Renda no "JN", mas em outro jornal; e o jornal destacou a promessa sem os necessários questionamentos. Quarta-feira: "Lula ensaia temas polêmicos para entrevista na TV Globo", "Após confusão no "Jornal Nacional", tucano "cola" números sobre a educação" (todos na **Folha**) e "Alckmin insiste no erro sobre Saeb" ("O Globo"). Na *Folha*, portanto, o erro de Alckmin virou "confusão". Sexta-feira: ""Eu afastei Dirceu e Palocci", diz Lula, sob pressão no "JN" e "Em gafe, petista diz que, no país, só o salário cai" (**Folha**) e "Nervoso, Lula erra em entrevista" ("O Globo"). O erro, evidentemente, não está na edição de sexta-feira, que mostrou que a *Folha* sabe fazer jornalismo político crítico quando quer. O problema esteve nos outros dias. A maior parte das reclamações que recebo é de que o jornal trata melhor os candidatos do PSDB do que os do PT. A cobertura das entrevistas ao "JN" dá razão às queixas (BERABA, M. Dois pesos. *Folha* de S. Paulo, 13.agosto.2006. Ombudsman).

O tom de voz com que este discurso se reveste é o assertivo, próprio de um sujeito detentor de um saber. O ombudsman faz afirmações categóricas, como quem expõe, em dados quantitativos e qualitativos, os erros do jornal. Começa por fazer o elogio dos jornalistas da TV Globo, como sujeitos

capazes, donos de grande saber, que "estavam mais bem preparados que os candidatos". O conteúdo dirige o sentido para uma possível disputa entre jornalistas e candidatos para ver quem sabe mais, já que se trata de uma sentença comparativa.

O discurso do ombudsman se divide entre apontamentos de erros na cobertura da *Folha* e o elogio aos seus acertos, como forma de abrandamento da crítica que, produzida no espaço do jornal, precisa ter o cuidado de não faltar com a polidez. É o traço do conciliador, alguém que se coloca como um diplomata.

Mas, talvez, o traço mais distintivo desta corporalidade que se constrói no discurso diga respeito à identidade do jornalista como sujeito de esquerda. O traço mais usual do ombudsman é o do advogado do leitor. Aí, ele o faz de duas maneiras. Primeiro, apontando, por si mesmo, de modo autoritário, a "diferença de tratamento dada aos candidatos". Mas constrói esse caráter para o seu discurso de modo a ser ainda mais persuasivo, apresentando dados da cobertura da *Folha* e de outros jornais, títulos de matérias de *O Globo* são tomados como medida de comparação, e se pode dizer mesmo que o discurso é o discurso de uma analista de discursos, com um caráter de cientificidade, de modo a tornar irrefutáveis os argumentos apresentados. Depois, o faz amparado nos leitores que defende: "a maior parte das reclamações que recebo é de que o jornal trata melhor os candidatos do PSDB do que os do PT". E então, em tom enfático, conclui: "A cobertura das entrevistas ao 'JN' dá razão às queixas".

Pode-se ver aí, dessa forma, um enunciador construído pelo discurso como um sujeito da verdade, e que, ao defender os leitores, defende um tratamento adequado para a esquerda representada pelo PT. Para isso, o discurso do ombudsman nem sequer citou os argumentos da neutralidade, do equilíbrio e da imparcialidade que defende muitas vezes com veemência em outros momentos.

Como, por exemplo, duas semanas depois, ao defender o mesmo ponto de vista, de que o jornal estaria privilegiando os candidatos do PSDB em detrimento do PT. Desta vez, porém, percebe-se um abrandamento do tom com que o discurso se constrói, desde o início apoiado em reclamações de leitores:

Três textos publicados pela **Folha** nesta semana recrudesceram as reclamações de leitores que consideram que o jornal está sendo parcial e tem feito uma cobertura eleitoral anti-Lula e anti-PT: o editorial "Favoritismo inercial" (24/ 8), a coluna de Otavio Frias Filho, diretor de Redação, "Anistia para Lula", no mesmo dia, e a série de reportagens iniciada na quarta-feira com o título "Polícia apura se há elo entre PCC e petistas". Vários leitores que escreveram se disseram militantes petistas, o que não desqualifica a queixa. A própria **Folha** publicou, no "Painel do Leitor" de sexta-feira, três cartas com críticas ao texto de Frias Filho e um elogio. O trecho que mais incomodou foi o que defende que, confirmada a eleição de Lula no primeiro turno, "a afoiteza do eleitor terá prejudicado a qualidade democrática desta eleição".

O editorial e a coluna do diretor são textos de opinião. Um dos papéis dos jornais é instigar idéias e abrigar polêmicas. A opinião é livre, cada um tem a sua, e não cabe ao ombudsman concordar ou discordar. Cabe, no entanto, avaliar dois aspectos correlatos: se opiniões contrárias estão tendo espaço no jornal para se manifestar (pluralismo) e se a opinião da empresa está contaminando o espaço da notícia (isenção e apartidarismo). [...] Na minha avaliação, o jornal precisava neste momento mais de análises para entender a conjuntura eleitoral e seus desdobramentos do que de opiniões, que já têm espaço garantido nas páginas A2 e A3. Mas, é apenas uma opinião. As críticas que faço à cobertura jornalística são anteriores aos artigos desta semana. Já apontei vários casos em que considere que o jornal perdeu o equilíbrio. Isso não significa uma objeção ao jornalismo crítico praticado pela **Folha**. Pelo contrário. O que reclamo em muitas ocasiões é de este princípio não estar sendo amplamente aplicado [...] (BERABA, M. Opinião e jornalismo. **Folha de S. Paulo**, 27.agosto.2006. Ombudsman. Grifo nosso).

Percebe-se, aí, que o abrandamento do tom, que enfatiza ser "apenas uma opinião", corresponde também à necessidade de polidez para exercício da crítica, uma vez que parte dela se vai fazer acerca de discursos do próprio jornal, assumidos em editorial, e também em coluna assinada pelo proprietário da empresa, Otavio Frias Filho. Não se trata apenas de criticar o noticiário produzido por

outros jornalistas e artigos de opinião diversos, mas de contrapor-se a palavras expressas pelo centro da instância de poder no jornal, a direção, o capital, cujas palavras são desaprovadas pelo ombudsman, embora diga que se tratou "do trecho que mais incomodou" aos leitores que escreveram ao jornal: "[...] o que defende que, confirmada a eleição de Lula no primeiro turno, 'a afoiteza do eleitor terá prejudicado a qualidade democrática desta eleição'".

Para criticar o jornal, nesse caso, o discurso, por meio da heterogeneidade mostrada, instaura um defensor da verdade e da cidadania, com tendências políticas de esquerda.

Terminada a campanha eleitoral, em 29 de outubro, a coluna do ombudsman propõe discutir o papel da imprensa na eleição presidencial. Sob o título "O rolo compressor", há um comentário em destaque (olho), retirado do próprio texto, na forma de pergunta: "Que poder ainda resta aos tradicionais meios de comunicação (jornais, rádios, revistas e TVs) na formação da opinião pública e na opção eleitoral?". As reflexões do ombudsman dizem respeito à maneira como os jornais, especialmente a *Folha de S. Paulo*, cobriram a campanha eleitoral para presidente da República:

Terminada a campanha eleitoral, é de se imaginar que os ânimos arrefeçam e que, aos poucos, seja possível uma avaliação menos passional do papel da imprensa nesta eleição presidencial. Há questões que ficaram no ar a exigir de jornalistas, leitores, institutos de monitoramento e da academia, superadas as emoções, estudo e reflexão. Uma primeira questão é a da influência: que poder ainda resta aos meios tradicionais (rádios, jornais, revistas e TVs) na formação da opinião pública e na opção eleitoral? Os palpites oscilaram conforme o humor dos fregueses. Houve quem tenha visto nos meios os protagonistas de um golpe contra a reeleição do presidente Lula. E houve, não necessariamente outros, os que chegaram à conclusão de que os meios tradicionais já não têm qualquer importância. Amordaçá-los ou depreciá-los? [...] A esperança é a de que, com um pouco de distanciamento, consigamos fugir dos extremos e seja possível entender que papel a imprensa está tendo e que erros e acertos cometeu. [...] A campanha eleitoral praticamente ignorou um outro ponto importante, o da (alta) concentração dos meios de comunicação e seus corolários (como a democratização dos meios e a discussão regulamentação versus auto-regulamentação). É um assunto que incomoda os veículos e os candidatos. Houve uma pergunta pertinente, em um dos debates, mas as respostas foram insatisfatórias, e o assunto morreu ali. Quanto mais clareza houver em relação a esta discussão, melhor para a imprensa e para a sociedade. Não é possível adiar o assunto indefinidamente.

Dupla exposição

E há um terceiro aspecto da cobertura que também merece a atenção. O instituto da reeleição desequilibrava a cobertura jornalística, independentemente da posição dos jornais em relação aos candidatos. O candidato na Presidência leva uma vantagem sobre os outros que nem mesmo uma linha editorial mais crítica é capaz de atenuar.[...] Tenho os levantamentos das coberturas da **Folha** nos primeiros turnos de 1998 e 2006. Não se pode comparar os dois totalmente porque foram feitos por institutos diferentes, mas seus resultados indicam uma tendência. Os dois institutos adotaram o mesmo critério de medir separadamente o noticiário da Presidência do relativo à candidatura. Sob o ponto de vista acadêmico e para se entender o comportamento da imprensa, a divisão é justificada. Mas sob o ponto de vista do acompanhamento do leitor, a separação na prática não existe. O noticiário da Presidência se confunde com o da campanha e o da campanha contamina a Presidência -como vimos em 1998, com a crise econômica, e em 2006, com os escândalos policiais.[...] Estes dois levantamentos mostram também como o jornal é bastante crítico na cobertura dos fatos do governo e busca mais equilíbrio na cobertura das candidaturas. Em 1998, 40% do que foi publicado pela **Folha** sobre FHC presidente foi negativo, enquanto 47% foi neutro e 13% positivo. No auge da crise econômica, o jornal chegou a publicar, às vésperas da eleição, um editorial na **Primeira Página** - "Tempo esgotado". Agora, em 2006, segundo o Dóxa, 40% do noticiário relativo a Lula presidente foi negativo, contra 41% neutro e 19% positivo. A discussão do que é positivo, negativo e neutro é interminável e é bem possível que os institutos apliquem critérios um pouco diferentes, mas as tendências,

como disse, coincidem. O mesmo ocorreu em relação às candidaturas. Em 1998, FHC candidato teve 26% de noticiário positivo e 29% de negativo e Lula teve 30% de positivo e 26% de negativo. No primeiro turno de 2006, Lula candidato teve 28% de positivo e 30% de negativo e Alckmin teve 28% de positivo e 29% de negativo. Não pretendo com estas observações provar qualquer tese. São apenas alguns aspectos da cobertura jornalística que, a meu ver, merecem atenção (BERABA, M. O rolo compressor. **Folha de S. Paulo**, 29.out.2006. Ombudsman. Grifo nosso).

Aí, o advogado do jornal permanece: "Estes dois levantamentos mostram também como o jornal é bastante crítico na cobertura dos fatos do governo e busca mais equilíbrio na cobertura das candidaturas". Mas o ombudsman constrói também por meio de seu discurso um ideal de jornalista. Primeiramente, convida a todos – jornalistas, leitores, institutos de monitoramento e da academia – a refletir sobre questões que ficaram pendentes de análise desapaixonada. Para depois, ele mesmo, estabelecer três questões como as que de fato importam – a da influência da mídia nas eleições, a da alta concentração dos meios de comunicação de massa, e o desequilíbrio na exposição dos candidatos por ter se tratado de reeleição. E, nos comentários sobre as três questões, o enunciador comporta-se como aquele que tem o equilíbrio e a isenção necessários para uma análise "menos passional", "com um pouco de distanciamento". Em outras palavras, o enunciador constrói para si o caráter esperado de um jornalista. É ele quem define a agenda, é ele quem reúne as condições para conduzi-la. O tom assertivo com que enuncia, asseverando que "houve uma pergunta pertinente em um dos debates", para imediatamente depois, julgando a pergunta, decidir que "as respostas foram insatisfatórias, e o assunto morreu ali" reforça o *ethos* do jornalista, sujeito que deve mediar os discursos todos em circulação na sociedade, filtrando-os, para ajudar o leitor que, afinal, por si mesmo não saberá ser crítico, como se pode ver no dizer do ombudsman sobre o fato de as pesquisas trazerem números separados sobre publicações acerca do candidato Lula e do presidente Lula: "Sob o ponto de vista acadêmico e para se entender o comportamento da imprensa, a divisão é justificada. Mas sob o ponto de vista do acompanhamento do leitor, a separação na prática não existe".

Porém, um caráter autoritário parece não convir ao enunciador, e por meio da metaenunciação ele tenta construir um tom mais brando para si: "Não pretendo com estas observações provar qualquer tese. São apenas alguns aspectos da cobertura jornalística que, a meu ver, merecem atenção".

Em um nível mais geral, sobre o modo como o ombudsman vai tecendo seus comentários a cada coluna, apresentando sempre um tema e aspectos ora positivos, ora negativos, do jornal, dos leitores, dos jornalistas e de outros atores envolvidos em cada questão comentada, percebe-se o modo de operar do juiz que, ouvindo acusação e defesa lança um veredicto. No caso do ombudsman, trata-se de um juiz conciliador, posto que busca manter as relações entre as partes no nível da cordialidade, do consenso, e não da ruptura.

Pode-se então, a partir da análise do *ethos* discursivo do ombudsman, postular que a coluna do ombudsman constrói um tempo e um espaço da democracia no jornalismo. O quadro cênico, como instância reguladora de cenografias variadas construídas pelo discurso do ombudsman, combina uma cena englobante – o discurso jornalístico, que por si só traz toda uma construção social e histórica como discurso democrático, aquele que dá voz a todos –, que possibilita o surgimento da cena genérica – a coluna do ombudsman.

As diferentes cenografias (dêixis) construídas pela coluna do ombudsman, com as quais os leitores lidam diretamente (entre outras, por exemplo, temos a correspondência entre ombudsman e leitores; a crítica/comentário do jornal; a defesa dos interesses dos leitores; a simulação de julgamento em que são arrolados os fatos ora de defesa do jornal, ora do leitor), é que possibilitam a emergência do *ethos*. Esse *ethos*, cujos traços foram demonstrados na análise, é o *ethos* democrático. Que, por sua vez, legitima o quadro cênico que possibilitou sua emergência. Ou seja, o tipo de discurso (cena englobante) – jornalismo –, e o gênero (cena genérica) – a coluna do ombudsman – que possibilita a emergência desse *ethos*. Percebe-se que o ombudsman trata todos os temas – inclusive o debate sobre a língua – com esse mesmo tom, conciliador, cordial, que constrói o tempo e o espaço da democracia no jornalismo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao reivindicar para si o estatuto de discurso democrático, em um contexto que é de crise de credibilidade e de dúvidas quanto à permanência do jornalismo tradicional como prática relevante para a sociedade, a coluna do ombudsman postula também um novo sujeito-jornalista. Assim, a análise do *corpus* permite vislumbrar um sujeito multifacetado, um sujeito que não se encaixa mais perfeitamente na identidade do jornalista como dono da verdade, iluminador. O novo jornalista deve tomar como possibilidades a subjetividade constitutiva do seu trabalho e também do discurso jornalístico. A coluna do ombudsman é, assim, um discurso da democracia, um gênero jornalístico que permite até mesmo alguns questionamentos sobre o próprio jornalismo. Um discurso que reconhece a necessidade de novos contratos com os leitores, em que fiquem mais claras e sejam mais assumidas as posições ideológicas do enunciator-jornalista, tal como vem ocorrendo nos *blogs*, em que os temas são tratados de forma personalizada, sem defesa de posição de neutralidade.

Aí, portanto, rompe-se, de certa maneira, a expectativa do jornalista como um intermediário autorizado que processa para o leitor as informações cotidianas e as torna inteligíveis para eles, situados que estariam em um degrau menos privilegiado na escala do conhecimento – o jornalista tradicional, dono da verdade. Nos *blogs*, a posição do jornalista, ao contrário, é mais humilde e subjetiva, pois ele depende do retorno dos leitores. Um *blog* que não provoque reações e comentários perde sua razão de ser. Assim também é com o sujeito-jornalista que o discurso do ombudsman da *Folha de S. Paulo* desenha, um sujeito que assume que é necessário buscar novas formas de fazer jornalismo em um mundo de informações cada vez mais “pulverizadas” e em que se amplia cada vez mais o acesso dos leitores ao universo virtual da comunicação.

Esse *ethos* democrático que se pode perceber na coluna do ombudsman constrói, portanto, um novo estatuto para o discurso jornalístico, que pode, assim, permanecer como discurso legítimo e necessário. Pode sobreviver num mundo em que prevalece o discurso da cibercultura, com suas supostas, e tão aclamadas, infinitas possibilidades de produção e circulação de informações, por todos os cidadãos, com total liberdade de expressão.

REFERÊNCIAS

- MENDES, J. F. *O ombudsman e o público*. 1998. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3.ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.
- _____. *Análise de textos de comunicação*. Tradução de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.
- _____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.
- _____. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírío Possenti. 1ª reimpressão. Curitiba: Criar Edições, 2007.
- SERRA, S. *Relendo o gatekeeper: notas sobre condicionantes do jornalismo*. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/doc2004/soniaserra2004.doc>>. Acesso em 16.abril.2007.