A influência política de notícias veiculadas em blogs da região do Mato Grande[1]

Maria das Vitórias Soares da Silva[2], Robeilza de Oliveira Lima[3]

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo estudar as notícias veiculadas em blogs da região do Mato Grande. A pesquisa tenciona ainda observar as estratégias discursivas usadas pelos produtores das notícias com o intuito de influenciar os leitores, bem como as condições de produção dos textos. Para nortear o nosso estudo, nos valemos da Análise Crítica do Discurso (ACD), especialmente através de Norman Fairclough (2008) e Teun van Dijk (2008). Recorremos também à Análise do Discurso (AD), por meio de estudiosos como Patrick Charaudeau (2009). Durante a pesquisa, selecionamos notícias dos seguintes blogs Blog do Assis, Blog do Professor Sezimar, Blog do Aldo Torquato e o Agendao.com, de Evanuel Ataliba. Neste trabalho, constam apenas duas notícias extraídas dos dois últimos blogs mencionados. As notícias foram coletadas no período de dezembro de 2010 a junho de 2011. A partir das análises, observamos que muitas das notícias veiculadas nos blogs exercem uma influência política sobre os leitores.

Palavras-chave: blogs, discurso, influência política, notícias, região do Mato Grande

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, é bastante notório o crescente uso dos meios de comunicação, tais como: rádio, televisão e internet. Na região do Mato Grande[4], como também em outras regiões do Brasil, é possível notarmos que esses veículos de comunicação tanto prestam um serviço útil à sociedade, como também, muitas vezes, se valem de estratégias discursivas que acabam servindo para defender os interesses de determinados grupos.

Ao fazermos coletas de notícias veiculadas por um dos meios de comunicação social que está em ascensão na região do Mato Grande: o blog, notamos que grande parte dos noticiaristas se vale desse suporte para divulgar as notícias dos fatos ocorridos na região e que boa parte da população faz uso desse meio de comunicação para se manter informada.

Por esse motivo, analisaremos notícias veiculadas por blogs que merecem destaque na região, procurando compreender quais os recursos linguísticos utilizados nessas notícias, isto é, as estratégias discursivas usadas pelos produtores para influenciar os leitores, assim como as condições de produção dos textos.

Para nortear nosso estudo, recorremos à Análise Crítica do Discurso (ACD), especialmente através de Norman Fairclough (2008) e Teun van Dijk (2008). Valemo-nos também da Análise do Discurso (AD), por meio de estudiosos como Patrick Charaudeau (2009).

2. ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO: UM RUMO A SEGUIR

A Análise Crítica do Discurso (ACD) propõe-se a estudar a linguagem como prática social e, para tanto, considera o papel crucial do contexto. Esse tipo de análise se interessa pela relação que há entre a linguagem e o poder. É possível defini-la como uma disciplina que se ocupa, fundamentalmente, de análises que dão conta das relações de dominação, discriminação, poder e controle, na forma como elas se manifestam através da linguagem (WODAK apud PEDROSA, 2010). Dessa forma, a ACD tem uma atenção especial pelos modos em que se utilizam as formas linguísticas

---

[1] Parte do projeto de pesquisa O gênero notícia nas mídias da região do Mato Grande, o qual é desenvolvido na Linha de Pesquisa Linguagem e mídias do Núcleo de Estudo e Pesquisa em Linguagem e Cultura –IFRN Câmpus João Câmara.

[2] Aluna do Curso Técnico Integrado em Cooperativismo na modalidade EJA - IFRN. Bolsista do Programa PIBIC-EM. e-mail: vitoriasoares58@hotmail.com

[3] Professora de Língua Portuguesa e Literatura - IFRN. Mestre em Estudos da Linguagem. e-mail: robeilza.oliveira@ifrn.edu.br

[4] De acordo com o Anuário Estatístico 2008 do IDEMA (Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente), o estado do Rio Grande do Norte está divido em quatro mesorregiões, as quais são subdivididas em microrregiões. A região do Mato Grande está na interseção de duas mesorregiões (Agreste Potiguar e Leste Potiguar), sendo formada pela junção de duas microrregiões (Baixa Verde e Litoral Nordeste). Compõem-na 12 municípios, entre os quais os mais importantes são: João Câmara e Touros. O território da região abrange uma área de 4.514,3 km, compreendendo 8,5% da área do estado.

em diversas expressões e manipulações de poder (WODAK apud PEDROSA, 2010). Nas palavras de Fairclough (apud PEDROSA, 2010, p. 2):

> a ACD é uma forma de ciência crítica que foi concebida como ciência social destinada a identificar os problemas que as pessoas enfrentam em decorrência de formas particulares da vida social e destinada, igualmente, a desenvolver recursos de que as pessoas podem se valer a fim de abordar e superar esses problemas.

Conforme Wodak (apud PEDROSA, 2010, p.4), "a linguagem classifica o poder e expressa poder. Esse poder se manifesta segundo os usos que as pessoas fazem da linguagem e suas competências para tanto". Wodak (apud PEDROSA, 2010) explica ainda que é importante entendermos e levarmos em conta que o poder não se origina da linguagem. Porém, o poder se manifesta na linguagem, a qual se vale do próprio poder para desafiá-lo ou até mesmo submetê-lo, modificando as distribuições a curto ou longo prazo. No mais, o poder não se efetiva apenas dentro do texto, por meio das formas gramaticais, mas também através do controle que um indivíduo é capaz de exercer sobre uma situação social, através do texto.

Segundo Fairclough (2008), a ACD está a observar o discurso como uma ocasião oportuna de prática social, dando a entender que toda prática se compõe pelos seguintes elementos: atividades sociais, meios de produção, relações sociais, identidades sociais, valores culturais, consciência e semioses. Lembra-nos ainda Foucault (apud FAIRCLOUGH, 2008) que o discurso não pode ser visto apenas como uma prática de representação, mas também de significação do mundo. Dessa forma, ele pode constituir o mundo em significados. No dizer de Fairclough (2008, p. 92):

> a prática discursiva é constitutiva tanto de maneira convencional como criativa: contribui para reproduzir a sociedade (identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crença) como é, mas também contribui para transformá-la.

A prática discursiva envolve alguns processos que são de suma importância para a ACD, tais como: produção, distribuição e o consumo textual e varia entre diversos tipos de discurso de acordo com fatores sociais. Os textos são consumidos em vários e diferentes contextos sociais. Isso tem uma relação, de certa forma, com o tipo de trabalho interpretativo em que neles se aplica, tais como: o exame minucioso e os modos de interpretação disponíveis, que cada indivíduo é capaz de ter sobre eles (FAIRCLOUGH, 2008). Para trabalhar o discurso, Fairclough (apud Pedrosa 2010):

> sugere uma análise tridimensional, explicando que qualquer evento ou exemplo de discurso pode ser considerado, simultaneamente, um texto (análise linguística), um exemplo de prática discursiva (análise da produção e interpretação textual) e um exemplo de prática social (análise das circunstâncias institucionais e organizacionais do evento comunicativo).

Para Fairclough (apud LIMA 2010), o discurso é dotado de três importantes dimensões: o texto, a prática discursiva e a prática social. Ele propõe que a análise textual do discurso seja procedida, levando em consideração quatro categorias: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual, as quais estão aqui em ordem ascendente de importância. Para a análise do discurso como prática discursiva, são adotadas três classes centrais: a força dos enunciados, a coerência e a intertextualidade, as quais não deixam de englobar elementos formais dos textos. Já para a análise do discurso em sua dimensão de prática social, a noção de hegemonia é fundamental, bem como o conceito de ideologia, conforme elucidado posteriormente.

Essas três dimensões são basilares na análise adotada na teoria social do discurso, isto é, no modelo tridimensional proposto por Fairclough (2008). A prática social e o texto são apresentados tendo uma ligação com o evento discursivo. Já a prática discursiva é mediadora entre os anteriores e está voltada para a produção, a distribuição e o consumo do texto e para os processos sociais ligados à economia, à política e a instituições particulares. (FAIRCLOUGH apud LIMA, 2010)

Ao esclarecer o termo ideologia e hegemonia, Fairclough (apud PEDROSA, 2010) nos lembra que:

> ideologias são construções ou significações da realidade (mundo físico, relações sociais, identidades sociais) que se fundamentam em diferentes dimensões das formas e dos sentidos das práticas discursivas e que colaboram para a produção ou transformação das relações de poder. [Já a hegemonia é] um foco de luta constante sobre aspectos de maior volubilidade entre classes (e blocos), a fim de romper alianças e relações de dominação e subordinação que assumem configurações econômicas, políticas e ideológicas.

3. O GÊNERO NOTÍCIA: UMA NARRATIVA EM BUSCA DE NOVIDADE

Considerando que, atualmente, manter-se informado é quase uma questão de sobrevivência e que, para nos manter informados, é preciso procurar ter acesso às notícias, que são transmitidas através de alguns suportes, como: TV, jornais, rádios, blogs, revistas e outros meios de comunicação. É de suma importância entendermos o que é a notícia e o porquê de ela ter se tornado parte integrante do nosso cotidiano.

Conforme Barbosa (apud BENASSI, 2009, p. 1794), para alguns estudiosos da comunicação, as notícias existem muito antes do surgimento dos jornais, das revistas, dos rádios, da TV e da internet. Há outras maneiras de espalhar a notícia. Dentre as mais primitivas, destaca-se a "transmissão boca a boca", que já foi muito utilizada ao longo da história da humanidade. Porém, o gênero notícia só passou a existir com o surgimento dos jornais, por volta do século XVII, na Europa.

Para assegurar "que os leitores encontrem de modo rápido as principais informações sobre um determinado fato, as notícias típicas são redigidas de acordo com uma estrutura previamente determinada" (ABAURRE, 2008, p. 435). Dessa estrutura, é parte integrante o título, que tem a função de chamar a atenção do leitor para o que será informado no texto. Abaixo do título pode aparecer um olho, enunciado breve que destaca o aspecto principal do que será noticiado.

A primeira parte da notícia deve seguir, de preferência, a técnica chamada de "pirâmide invertida". As informações básicas são apresentadas no início do texto, no que corresponde ao lide ou *lead*. O lide compreende a primeira frase, ou em casos especiais, as duas primeiras frases. Através dele, o leitor pode responder a três questões básicas: o quê? Quem? Quando? Já o corpo da notícia precisa desenvolver as informações introduzidas no lide e dar conta de duas outras questões: como? Por quê? (ABAURRE, 2008). Segundo Benassi (2009, p. 1794),

> a notícia trata sempre de algo acontecido na realidade, é importante relatar não só o fato, mas oferecer o máximo de dados possíveis para que ele pareça verdadeiro e a notícia, confiável. Não basta que uma notícia seja verdadeira; é necessário que ela pareça "verdadeira". O relato de fatos numa notícia deve apresentar uma data precisa e a determinação do lugar onde ele ocorreu.

Para Charaudeau (2009, p.136), notícia é "um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado". Ainda nas palavras de Charaudeau (2009), o fato de a notícia ter um caráter de novidade não quer dizer que não se tenha falado antes do acontecimento e sim que é trazido um elemento novo que antes não era do conhecimento do público. Para o autor mencionado acima,

> a informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo. Essa definição mínima, por mais altruísta que pareça, suscita problemas consideráveis: Quem é o benfeitor e quais são os motivos de seu ato de informação? Qual é a natureza do saber a ser transmitido e de onde ele vem? Quem é esse outro para quem a informação é transmitida e que relação mantém com o

> sujeito informador? Enfim, qual é o resultado pragmático, psicológico, social desse ato e qual é seu efeito individual e social? (CHARAUDEAU, 2009, p. 33)

A finalidade da notícia é informar por meio do relato de fatos. Porém, não é qualquer tipo de informação ou acontecimento que vira notícia. Desse modo, o objetivo, no contexto jornalístico, é o de transmitir informações a um grande número de pessoas, tornando-se necessário definir que acontecimentos merecem virar notícia. (ABAURRE, 2010)

4. O SUPORTE BLOG: UM FENÔMENO VIVO QUE CRESCE DIANTE DOS NOSSOS OLHOS

Os métodos de comunicação se tornam essenciais junto às novas tecnologias. O processo cultural da inclusão digital na sociedade é fundamental para o indivíduo exercer seu papel de cidadão. Em função disso, entenderemos agora um pouco sobre o suporte blog, um dos fenômenos vivos que cresce diante dos nossos olhos. Segundo Amaral, Recuero e Montardo (2009, p. 9), "o fenômeno comemorou sua primeira década no final de 2007. O termo 'blog' vem de 'weblog', contração de 'web' e 'log', criado por John Barger com o seu pioneiro RobotWisdon em 17 de dezembro de 1997". De acordo ainda com esses autores:

> são criados mais de 175 mil novos e produzidos 1,6 milhões de posts (cerca de 18 por segundo). Últimos dados do State of the Blogsphere de 2006 indicavam que o número de blogs dobra a cada 5,5 meses e que um blog é criado a cada segundo todo dia. "Em relação ao Brasil, estima-se que há entre 3 a 6 milhões de blogueiros/blogs e 9 milhões de usuários (as estatísticas variam muito em fontes como Ibobe/NetRatings, Intel, entre outras), o que corresponde a quase metade dos internautas ativos no país. (AMARAL; RECUERO; MONTARDO, 2009, p.11)

Segundo Borges (2010), os blogs, passando pela literatura e o cinema, chegaram ao jornalismo e encheram a rede mundial de computadores, uma realidade que, por sua vez, trouxe uma nova face para os meios de comunicação, uma marca clara de que eles são e continuarão a ser meios essenciais da transformação das mídias nos próximos anos.

5. UM OLHAR CRÍTICO SOBRE NOTÍCIAS VEICULADAS POR BLOGS DA REGIÃO DO MATO GRANDE

Passaremos agora a analisar notícias veiculadas por dois dos quatro blogs que merecem destaque na região, a saber, Blog do Assis, Blog do Professor Sezimar, Blog do Aldo Torquato e Agedao.com, de Evanuel Ataliba, tendo como critério de seleção o número de acesso[5] que eles têm na região.

No tocante às notícias, utilizamos como critério para fazer sua seleção a abordagem de fatos políticos, sociais, econômicos, culturais dentre outros de relevância para a região do Mato grande, em especial a cidade de João Câmara. Nesse sentido, procuraremos compreender quais os recursos linguísticos utilizados nessas notícias, isto é, as estratégias discursivas usadas pelos produtores para influenciar os leitores, assim como as condições de produção dos textos.

Observemos então algumas das notícias veiculadas no período de 2010 a 2011 nos blogs mencionados acima. As notícias a seguir foram escolhidas dentre as vinte notícias analisadas previamente, constando, nesse trabalho, apenas uma amostra de duas dessas notícias.

1. HOSPITAL REGIONAL DE JOÃO CÂMARA FICA TEMPORARIAMENTE SEM MÉDICO NA URGÊNCIA E CAUSA REVOLTA DE PACIENTES

[5]O Blog do Assis tem uma média de 2 mil acessos diários, sendo o primeiro blog a ser criado na região do Mato Grande. O Blog Agendao.com, de Evanuel Ataliba, tem média de mil a dois mil acessos diários. Já o Blog do Professor Sezimar tem média de 50 mil acessos mensais. Por fim, o Blog do Aldo Torquato tem a média de 20 mil acessos mensais.

> Aconteceu na manhã desta quarta-feira (29) no Hospital Regional de João Câmara/RN que até as 10h00min[sic] não havia médico no atendimento de urgência da unidade o que revoltou inúmeros pacientes que aguardavam a chegada do plantonista Dr. Edmilson.
> Nossa reportagem casualmente estava no local buscando atendimento para o repórter Evanuel Ataliba que necessitava de curativo após uma pequena cirurgia no dedo realizada ontem (28).
> Após ouvir a denúncia dos pacientes, procuramos também ouvir a direção do hospital por meio da Drª Andresa Barbosa (Assistente Social) que justificou a falta do plantonista motivado por questões de saúde segundo comunicado do mesmo já hoje, o que deixou a direção do hospital em situação difícil para uma substituição imediata. Para não comprometer o atendimento que **hoje é referência na região**, a direção na pessoa da Drª Andresa fez o remanejamento do médico plantonista das Clínicas e da Sala de Parto, o obstetra Dr. Gouveia, também sensível às necessidades da comunidade que fizeram o atendimento reivindicado pelos usuários do Hospital. Nosso Agendão parabeniza a Drª Andresa pela iniciativa tomada e agradece a digna atenção dada à imprensa local. (Blog do Evanuel, João Câmara, 29 dez. 2010 - postado por Blog de Evanuel Ataliba às 12h15m)

Essa notícia retrata a ausência de médicos na urgência do hospital Regional de João Câmara e que tal ausência gera revolta por parte dos pacientes. Podemos notar isso no título da notícia: "HOSPITAL REGIONAL DE JOÃO CÂMARA FICA TEMPORARIAMENTE SEM MÉDICO NA URGÊNCIA E CAUSA REVOLTA DE PACIENTES". Notamos que o autor cria uma imagem negativa do hospital, ao citar que a ausência de médicos provoca revolta por parte dos pacientes, entre os quais está o próprio blogueiro, que também necessitava de atendimento naquele momento. Porém, em outro momento de seu discurso, ele faz um elogio indireto em relação ao atendimento do hospital, quando diz: "Para não comprometer o atendimento que **hoje é referência na região**". Notamos por tanto uma contradição por parte do produtor, ao se revoltar e ao mesmo tempo elogiar o atendimento do hospital Regional.

Em uma entrevista[6] realizada com o blogueiro Evanuel Ataliba (produtor da notícia), perguntamos de que forma essas notícias veiculadas no seu blog contribuem para a sociedade em geral e ele nos respondeu da seguinte forma:

> para as pessoas se manterem informadas. Oferecemos conteúdo para manter uma informação, não damos direcionamento, não somos tendenciosos, a gente só formula elementos para que as pessoas pensem e formem uma opinião de valor.

Entretanto, vemos, por exemplo, como elementos direcionadores da opinião pública na notícia: o texto em negrito, que serve para dar destaque a certa ideia. De acordo ainda com o blogueiro e produtor da notícia analisada, ele costuma se valer dessa técnica, ou seja, o uso do texto em negrito, para destacar palavras de mais importância dentro da notícia. Assim, o uso do negrito na expressão "**hoje é referência na região**", pode levar os leitores do blog a crerem que o atendimento é de boa qualidade.

Fica claro que a imagem predominante usada pelo produtor da notícia é a positiva, pois não só parabeniza a direção, mas também faz uso do texto em negrito **"hoje é referência na região".** Observamos que o blogueiro como paciente se indignou com a ausência dos médicos, mas também construiu uma boa imagem quanto ao atendimento do hospital regional. Isso implica em dizer que tal notícia pode influenciar, de certa forma, a opinião da sociedade em relação à qualidade do atendimento no hospital regional do município de João Câmara.

2. Atentado á Democracia [sic]

> A recente aquisição da Rádio Baixa-Verde AM pelo prefeito municipal AriosvaldoTargino de Araújo (Vavá), segundo dizem, pela bagatela de 500 mil reais, longe de ser uma transação meramente comercial, caracteriza-se muito mais como uma verdadeira agressão à liberdade de expressão.

[6]A entrevista foi realizada pelas bolsistas do IFRN (Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte) Lilia Viana Barbosa e Maria das Vitórias Soares da Silva. Na ocasião em que visitaram a residência do blogueiro Evanuel Ataliba, situada na cidade de João câmara.

> Como sabemos, um dos primados da democracia é o direito de divergir e fazer chegar a divergência às outras pessoas. Para tanto, nada mais importante que os meios de comunicação: rádio, jornal, TV e internet, esta mais recentemente.
> Em nosso município, inexistem jornal e TV e a internet está restrita ainda a um número limitado de pessoas. Portanto, as emissoras de rádio passam a ter em nosso meio papel fundamental na divulgação das diversas opiniões (contrárias e favoráreis), possibilitando o debate e trazendo à comunidade as diversas versões de um e de outro grupo político.
> Com a compra da Rádio Baixa-Verde AM, o que o prefeito Vavá pretendeu não foi aumentar os seus negócios, já por demais lucrativos. Certeza que não. O que o gestor pretendeu foi apenas calar a voz da oposição, posto que, como é sabido por todos, aquela emissora de rádio constituia-se [sic] no veículo mais importante utilizado pelos que discordam do seu governo, inclusa expressiva parte da população, que utilizava o canal como meio de fazer chegar ao grande público os seus reclamos e eventuais denúncias.
> Proprietário da 89 FM, apelidada de Rádio Educativa, o gestor agora tem sob seu controle absoluto mais de 95% da audiência no município, o que lhe permitirá dar aos fatos as versões que mais lhe aprouverem, sem receio do contra-ponto.
> Do ponto de vista eleitoral, o fato evidencia notório desequilíbrio entre as forças políticas que se opõem no município, com visível vantagem para o atual gestor, que além de disputar a reeleição no cargo, utilizando-se da forma mais escancarada possível da chamada máquina pública, ainda põe sobre a mesa a força dos seus recursos financeiros particulares, sempre pronto a comprar pessoas e coisas. Até quando? (Blog de Aldo Torquato, João Câmara/RN, 22 mar. 2011- Postado por Aldo Torquato às 08h17min).

Analisando a notícia transcrita acima, podemos observar que ela menciona a questão da compra da Rádio Baixa-Verde AM pelo atual prefeito do Município de João Câmara, Ariosvaldo Targino de Araújo (conhecido por Vavá). O produtor da notícia, Aldo Torquato, aborda essa suposta compra como um atentado à democracia do município. Para chamar a atenção do leitor, o referido produtor utiliza a manchete: "Atentado á democracia" [sic]. A palavra "atentado" nos traz a ideia de que houve uma agressão à democracia. Mas, na verdade, existe um exagero por parte do produtor, ao empregar a metáfora do "atentado", a qual remete, em seu contexto original, a um tipo de violência muito comumente adotada por grupos de terroristas contra pessoas ou instituições. Assim, o produtor da notícia fez uso dessa palavra para mostrar que a ação contra a democracia foi bastante ofensiva.

É importante lembramos que, em entrevista[7] com o blogueiro Aldo Torquato, tivemos a oportunidade de perguntar para ele quais os recursos utilizados para que as notícias ficassem mais chamativas. Na ocasião, ele nos respondeu o seguinte:

> O segredo de uma notícia, para atrair o leitor é a chamada, é a manchete, então a manchete do jornal, a manchete da revista, a manchete do jornal televisado é aquilo que rende o leitor no primeiro momento. Ele tem que ser atraído pela chamada. Então, eu acho que isso é fundamental.

Portanto, fica claro que, ao usar a manchete referida acima, o repórter quer chamar a atenção dos leitores quanto ao grau de ofensa à democracia local. É importante observamos também que o produtor da notícia considera a suposta compra da rádio "como uma verdadeira agressão à liberdade de expressão". Ele faz uso da palavra "agressão" para mostrar que a compra da rádio não está ocorrendo com o objetivo de colocar um meio de informação disponível à população, mas para coibir e afetar a liberdade de expressão da população local. Diante disso, é de suma importância ressaltar que:

> as elites ou organizações poderosas podem decidir quem pode participar em algum evento comunicativo, quando, onde e com que propósitos. Isso significa que

[7] A entrevista foi realizada no Câmpus do IFRN (**Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte**) no dia 22 dez. 2011. Estavam presentes na ocasião: a orientadora (a professora Robeilza de Oliveira Lima), a qual fez as perguntas dirigidas ao blogueiro, e as bolsistas do Programa PIBIC-EM do CNPQ (Lilia Viana Barbosa, Maria Luiza Câmara e Maria das Vitórias Soares da Silva), as quais também participaram da entrevista realizada com o blogueiro Aldo Torquato.

> precisamos examinar em detalhe as maneiras como o acesso ao discurso está sendo regulado por aqueles que estão no poder (VAN DIJK, 2008, p.19)

A notícia deixa evidente que o prefeito tem a intenção de impedir o acesso da população à "verdadeira" informação com a compra da rádio. O produtor da notícia procura leva o leitor a pensar que o prefeito da cidade, ao fazer a compra da rádio Baixa-verde AM, visa apenas beneficiar a si próprio, não à comunidade local. Observemos a seguinte frase: "ainda põe sobre a mesa a força dos seus recursos financeiros particulares, sempre pronto a comprar pessoas e coisas. Até quando?" Notamos que o produtor da notícia, ao fazer uso da palavra "força" não quer se referir à força física, mas remete ao poder financeiro que o prefeito tem sobre os demais como algo bastante coercivo. De acordo com a notícia, Vavá se vale dessa "força", ou seja, do poder financeiro para "comprar" pessoas e coisas, o que alude à manipulação dos votos nas eleições municipais. O prefeito, com a suposta compra da Rádio Baixa-Verde, passa a ter outro tipo de poder, isto é, o "controle absoluto mais de 95% da audiência no município", o que se configura como mais um meio para a manipulação dos votos. Assim sendo, o noticiarista deixa transparecer sua crítica ao prefeito de maneira muito nítida, uma vez que, o produtor da notícia é vereador da oposição ao prefeito.

Cabe, assim, lembrarmos as palavras do blogueiro Aldo Torquato, em entrevista a nós concedida, em que perguntamos: "Além da informação, de que modo as notícias veiculadas no blog contribuem para a sociedade em geral?" Ele nos respondeu da seguinte forma:

> O meu blog tem esse objetivo, ele contribui para a sociedade, tanto na parte cultural, transmitindo informações culturais e históricas, como na parte política, por que eu faço política, esclarecendo as pessoas, eu não faço política confundindo as pessoas e essa é uma tarefa muito grande, pois infelizmente a política é feita em grande parte a partir da desinformação, levando desinformação, e eu trabalho exatamente na parte política do blog, esclarecendo as pessoas. Então, eu sempre estou fazendo contrapontos dos que querem confundir. Eu quero, na verdade, explicar.

Observamos ainda, na notícia acima, uma questão política que é revelada por meio de diferentes versões dos fatos, digamos que seja uma espécie de jogo político, em que cada qual divulga a versão que mais lhe beneficia. Conforme o vereador Aldo Torquato (vereador da oposição ao prefeito), houve sim a compra da rádio Baixa verde, o que, para ele, foi um ato de desrespeito à população local. Notamos também que outros meios de comunicação como: o blog do professor Sezimar, o blog do SINTERTRN- Sindicato dos Radialistas, o blog do jornalista Bosco Araújo e a rádio Top FM, divulgaram notícias que afirmam a suposta compra. Por outro lado, o prefeito Vává afirma que em momento algum houve compra e nem mesmo aluguel da rádio mencionada. Segundo o prefeito,"ela sempre foi e ainda é do ex-deputado Wober Júnior", com quem ele passou a manter uma parceria política.

6. CONCLUSÕES

Através desta pesquisa, foi possível observarmos como as notícias veiculadas em blogs da região do Mato Grande acabam por contribuir, de certa forma, para mudar as atitudes dos leitores que fazem uso desse suporte. Notamos também que a maior parte dos produtores dessas notícias isenta-se da responsabilidade enunciativa proposta pelo gênero, que é exatamente informar de modo objetivo e preciso os fatos que interessam ao público em geral, sem a emissão de opinião própria. Para poderem alcançar seus objetivos políticos, muitos desses produtores não assumem essa responsabilidade que o gênero propõe.

Diante disso, é importante concluirmos que uma das marcas primordiais do gênero notícia e de quem as produz é a tentativa de isenção de opinião, pois, os produtores das notícias procuram se mostrar neutros em relação ao fato que está sendo relatado ou divulgado. Mas, por meio das análises realizadas no nosso estudo, notamos que, na maioria das vezes, esse objetivo não é alcançado, pois existem estratégias que deixam transparecer o ponto de vista dos produtores, temos como exemplo: o

uso do texto em negrito para chamar a atenção do leitor, o uso de metáforas e o uso de adjetivos e advérbios para expressar a opinião dos produtores.

Podemos frisar ainda que com a grande quantidade de informações e conhecimentos produzidos atualmente, tanto as notícias como os blogs passaram a ser um ótimo canal para trazer fatos novos e relevantes, de todas as áreas, aos leitores e, assim, tornaram-se imprescindíveis para uma parcela da população da região do Mato Grande se conectar à sua realidade e ao mundo. Porém, essas ferramentas de transmissão de fatos, a saber, o blog e a notícia, muitas vezes, não têm apenas seu lado benéfico, pois, apesar de contribuir com a informação, esses canais servem como ferramenta para influenciar os leitores.

REFERÊNCIAS:

ABAURRE, Maria Luiza M.; ABAURRE, Bernadete M.; PONTARA, Marcela. Notícia. In: _____. **Português:** contexto, interlocução e sentido. São Paulo: Moderna, 2010. p. 430-440.

_____. Notícia. In: _____. **Produção de texto:** interlocução e gêneros. São Paulo: Moderna, 2007, p. 66-72.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. (orgs.) Blogs. Com: estudos sobre blogs e comunicação. São Paulo: Momento Editorial, 2009. Disponível em: <http://www.sobreblogs.com.br/blogfinal.pdf>. Acesso em: 13 out. 2011.

BENASSI, Maria Virginia Brevilheri. **O gênero "notícia":** uma proposta de análise e intervenção. In: CELLI – COLÓQUIO DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS. 3, 2007, Maringá. Anais... Maringá, 2009, p. 1791-1799.

BORGES, André. Blog: **Uma ferramenta para o jornalismo.** In: Ferrari, Pollyana (org.) Hipertexto, hipermídia: As novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2010. p. 41-52.

CHARAUDEAU, Patrick. A construção da notícia: um mundo filtrado. In: _____. **Discurso das mídias**. São Paulo: contexto, 2009. p. 135-151.

_____. Informar em que circunstâncias? Os dispositivos de encenação. In: _____. **Discurso das mídias**. São Paulo: contexto, 2009. p. 105-125.

_____. Quem informa quem? A identidade das instâncias de informação. In: _____. **Discurso das mídias**. São Paulo: contexto, 2009. p. 72-85.

FAIRCLOUGH, Norman. Teoria social do discurso. In:_____. **Discurso e mudança social**. Trad. Isabel Magalhães. Brasília: Universal de Brasília, 2008. p. 89-131.

LIMA, Robeilza de Oliveira. Publicidade, consumo e endividamento na região do Mato Grande, RN. In: I COLÓQUIO NACIONAL DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS/ VII SEMANA DE ESTUDOS LINGUÍSTICOS E LITERÁRIOS DE PAU DOS FERROS, 2010, Pau dos Ferros. **Anais**. Pau dos Ferros: Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, 2010, 13 p.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. Análise Crítica do Discurso: uma proposta para a análise crítica da linguagem. Disponível em: <http://www.filologia.org.br/ixcnlf/3/04.htm>. Acesso em: 02 dez. 2010.

VAN DIJK, Teun A. Discurso e dominação: uma introdução. In:_____. **Discurso e poder**. São Paulo: Contexto, 2008. p. 8-37.