
Mediação Editorial nas cartas de leitores: uma análise do texto instrucional de revistas semanais de informação

Tamara de Souza Brandão Guaraldo*

RESUMO

O presente artigo discute a seção de cartas de leitores das revistas semanais de informação pela análise do texto instrucional destinado a orientar os leitores que escrevem à revista. Apresenta a revista como meio de informação e comunicação representativo da cultura letrada e próximo ao leitor, e discute o conceito de mediação editorial, demonstrado pela análise textual. O objetivo é estudar as características do texto instrucional destinado a orientar o leitor na seção de cartas de leitores das quatro principais revistas semanais de informação do país: Veja, Istoé, Época e Carta Capital. A análise é realizada com o apoio metodológico da Linguística Textual e da Análise de Discurso. Na seção de cartas de leitores a mediação editorial é construída como um texto instrucional em que a instituição determina os procedimentos para

* Docente das Faculdades Integradas de Bauru (FIB). Doutora em Ciência da Informação - Universidade Estadual Paulista (UNESP)- Marília. Mestre e bacharel em Comunicação Social. Email: tamaraguaraldo@gmail.com

que o leitor seja o sujeito do discurso. Desse modo, os dispositivos da comunicação poder estão expressos no texto instrucional da revista, em sua forma institucional e organizacional propriamente dita.

Palavras-chave: Mediação Editorial. Discurso. Texto instrucional.

1. INTRODUÇÃO

Em uma época que certos autores denominam de “Sociedade da Informação” (BURKE, 2003; CASTELLS, 2007), crescem as trocas materiais e culturais, a busca pela informação e a utilização dessa para construção do conhecimento, com a linguagem sendo a grande mediadora de todos os discursos. Ao mediar nossa ação no mundo, a linguagem nos leva, e também aos outros, a agir, constrói mundos possíveis e também dá ou não acesso aos mais diversos espaços de comunicação.

As pessoas são continuamente envolvidas na comunicação umas com as outras e na troca de informação, usando os mais diversos meios que facilitam o intercâmbio, pois na produção de símbolos, os meios técnicos podem variar desde a comunicação face a face até a mediada por objetos: «Assim fazendo, se servem de toda sorte de recursos que descreverei como ‘meios de informação e comunicação’ » (THOMPSON, 2009, p. 24).

As Ciências da Comunicação se constituem como área que se ocupa do estudo científico dos elementos que integram o processo comunicativo, da análise de todos os fenômenos gerados pela transmissão de informações, sejam dirigidos a uma pessoa, a um grupo ou a um vasto público (MELO, 1998).

No âmbito da Comunicação, procuramos, neste artigo, discutir a mediação exercida pela linguagem em um espaço representativo da cultura material letrada e impressa, o das revistas semanais de informação, mais especificamente, analisamos o texto instrucional que dirigem a seus leitores na seção de cartas de leitores, com vistas a estabelecer uma comunicação efetiva.

Destacamos os conceitos relevantes para a análise em questão, primeiramente discorreremos sobre o meio revista, depois apresentamos o conceito de mediação editorial e de texto instrucional, com o objetivo de estudar as características desse texto na seção de cartas de leitores das quatro principais revistas semanais de informação do país: Veja, Istoé, Época e Carta Capital.

2. REVISTA: DOCUMENTO, TEXTO IMPRESSO E PROXIMIDADE COM O LEITOR

Na longa história dos impressos, Chartier (2002) recorda a revolução do códex no século IV, que trouxe uma nova forma de leitura que substituiu progressivamente os rolos, até então o suporte mais usado para registrar e transmitir a cultura escrita. O códex, livro de folhas dobradas e encadernadas, tornou possível gestos comuns: folhear a obra, escrever enquanto se lê, transformando o uso dos textos, e trazendo “uma relação inédita entre o leitor e seus livros” (CHARTIER, 2002, p. 106).

Ao rememorar a história da tipografia, McLuhan (1972) comenta a transição da era do manuscrito para a do universo tipográfico como a de mudança de um método simultâneo para a de um método linear de percepção, em que o livro, primeiramente aparece como um manuscrito mais acessível, sendo considerado apenas “algo escrito em tipos de imprensa” (MCLUHAN, 1972, p. 183). O mérito da tipografia na impressão da Bíblia, um conteúdo antigo, foi exatamente o de torná-lo acessível a grande número de leitores, e o de difundir não só o latim, mas principalmente as línguas vernáculas.

A impressão tornou os livros, de documentos raros e caros, deixados como herança, a objetos adquiríveis, de preços módicos, que logo assumiriam identidade própria, deixando de ser reprodução do manuscrito. De início a veneração pela palavra escrita continuava, pois o texto impresso ficava petrificado e definitivo, mas que se modificou com o aumento da impressão, com mais livros em circulação. No século XVI, tornou-se comum para leitores europeus o hábito de fazer orelhas ou cantos dobrados em páginas de livros: “O objeto até então magnífico e precioso transformou-se enfim....em um simples livro” (FISCHER, 2006, p. 213).

Para Chartier (2002) a forma tem efeito sobre os sentidos, e as novas modalidades de leitura transformam nossa relação com o escrito, como o rolo da antiguidade, cuja leitura contínua movia o corpo todo, e não permitia ao leitor escrever enquanto lia. O códex permitiu gestos novos como folhear, citar trechos, fazer índices, favorecendo a fragmentação da leitura, mas ao mesmo tempo percebendo a totalidade da obra em sua materialidade. Em se tratando de cultura letrada e impressa, a definição do impresso implica um documento¹ e uma obra intelectual ou estética identificada pelo nome do seu autor, simultaneamente, e em que a percepção se baseia em diferenças imediatamente visíveis entre os objetos: cartas, jornais, revistas, documentos, diários, livros etc (CHARTIER, 2002).

1 Assumimos a noção de documento de Béguin-Verbrugge (2009, p. 37): “O documento é o objeto que sustenta a informação com vistas a comunicá-la. A ideia de comunicação é central. O documento comporta, igualmente, a informação e as marcas da comunicação de que é feita. [...] é o que se guarda como prova, é o que torna a informação manifesta e testemunha a sua existência para alguém”.

McLuhan (1972) destaca a portabilidade documental dos impressos, pois isso permite ao leitor carregá-los, levá-los consigo e ter “a informação como coisa” (BUCKLAND, 1991) que se guarda e coleciona. O uso implica uma dimensão social e cultural, mas também numa relação com o objeto (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009), e trata-se de elemento fundamental quando se pensa na constituição do processo comunicacional estabelecido entre as pessoas e os impressos.

A revista impressa, meio de informação e comunicação, também é um documento da cultura letrada, material e simbólica. A primeira revista publicada, que se tem registro conhecido, surgiu no século XVII, na Alemanha, e mais se parecia com um livro, mas foi considerada revista por trazer vários artigos sobre um mesmo assunto, ser voltada a público específico e ter periodicidade. Essa publicação inicial inspirou outras semelhantes por toda Europa, e servia a uma nova missão: ter públicos específicos, e abordar os assuntos de modo mais profundo que os jornais e menos que os livros:

Ao longo do século XIX, a revista ganhou espaço, virou e ditou moda. Principalmente na Europa e também nos Estados Unidos. Com o aumento dos índices de escolarização, havia uma população alfabetizada que queria ler e se instruir, mas não se interessava pela profundidade dos livros, ainda vistos como instrumentos da elite e pouco acessíveis. Com o avanço técnico das gráficas, as revistas tornaram-se o meio ideal, reunindo vários assuntos num só lugar e trazendo belas imagens para ilustrá-los. Era uma forma de fazer circular, concentradas, diferentes informações sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começava a ter acesso ao saber. A revista ocupou assim um espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro) (SCALZO, 2003, p. 20).

O progresso viria com o início da revista semanal de informação em 1923 nos Estados Unidos. Era a *Time*, revista que explorava o conceito de notícias da semana do país e do mundo ², com informação concisa e sistemática, pesquisada e checada, trazendo a ideia de credibilidade da informação, além de durabilidade em relação ao jornal, pois seu papel e impressão oferecem melhores condições de leitura. No Brasil esse gênero se consolidou com a revista *Veja*, em 1968.

Uma das características desse veículo é a familiaridade com o leitor. O leitor de revista é específico, ao contrário do leitor de jornal, com maior tendência a heterogeneidade, devido à universalidade da informação nesse suporte. A segmentação do público é parte da estratégia de uma revista, a de falar diretamente com o leitor, que, no dizer de uma editora experiente: “Trata-o por você” (SCALZO, 2003).

² Nota-se a relação entre a revista e seu título, com alusões ao tempo, como *Time* e *Newsweek* nos Estados Unidos; *Revista semanal de notícias*, em países de língua espanhola; e, *Época* no Brasil.

Para diferenciarmos a revista semanal de outros suportes da informação, vale a pena insistirmos que, além do formato, a questão está no texto:

Não é o caso, portanto, de dirigir-se a um leitor que ignora o que ocorreu na semana, mas de propor a ele elementos mais gerais, critérios de interpretação, por assim dizer, sobre os acontecimentos que já lhe foram contados pela imprensa diária. As revistas semanais constituem, por isso, uma espécie de metalinguagem, cujo referente é menos o acontecimento em si (caso da notícia) do que a atualidade enquanto discurso produzido pelos jornais (VERÓN, 2004, p. 93).

Na revista semanal, podemos abordar a informação não tanto em seu caráter de novidade, mas como um conteúdo do processo comunicativo assentado no mundo primário, da vida cotidiana, do modo humano de ser, do qual somos testemunhas (ILHARCO, 2003). Nesse sentido, a revista busca estar próxima ao universo do leitor, veiculando informações do dia a dia mais contextualizadas, que dizem respeito ao “ser no mundo”, e ao conhecimento da vida cotidiana. E ao informar, a revista desempenha uma seleção e avaliação, o que implica, portanto, mediar (BOUGNOUX, 1994).

2.1 CARTAS DE LEITORES: A MEDIAÇÃO EDITORIAL E O TEXTO INSTRUCIONAL

No interior das publicações, a seção de cartas de leitores é considerada um canal de comunicação com o leitor, disponibilizando endereço, telefone e e-mail para contato. É um momento especial dentro do fluxo de informação de uma publicação impressa, pois é nesse espaço que leitores opinam, reclamam, pedem informações, sugerem ideias. As cartas de leitores, um gênero midiático, são textos publicados no interior de meios de informação impressos, que se localizam geralmente em uma seção fixa, de espaço determinado, destinado à publicação de correspondências do leitor. Também são chamadas de cartas ao editor, cartas à redação, correio do leitor, painel do leitor, e interpelam e relacionam o leitor e os demais leitores à publicação. O texto disponibilizado neste espaço é assentado na ausência de contato imediato entre o leitor e a publicação, uma comunicação diferida, já que a carta, para ser disponibilizada, passa pela figura do mediador, no caso, um editor, que a seleciona e dissemina no espaço do leitor.

A seleção e editoração das cartas, entretanto, permanece sob o controle de um editor. Embora um certo grau de “limpeza” editorial seja efetuado, para garantir que não sejam difamatórias ou grosseiramente ofensivas, as cartas ao editor podem nos trazer insights sobre dimensões socioculturais de uma comunidade, conforme evidenciadas pelos leitores/escritores (SOTILLO; NASTASI, 1999 apud FONTANINI, 2002, p. 227).

Do ponto de vista jornalístico, o editor é o mediador das cartas de leitores, pois seria o intermediário entre o cidadão e as autoridades, entre o leitor e a publicação (CHAPARRO, 1992). No entanto, para Chaparro (1992, p. 63), a carta, dentro de um processo industrial de comunicação, seria uma concessão ao leitor, administrada a favor da própria publicação, pois afirma que o leitor só interfere de modo acidental no conteúdo dos impressos.

Para Melo (2003) as cartas de leitores são um gênero opinativo que permite a expressão do leitor, mas o fato de passarem por uma seleção demonstra o poder da publicação frente ao público. O autor também destaca que ainda é inexpressivo o espaço das cartas de leitores em relação ao total da superfície impressa nos jornais brasileiros (MELO, 2003). Essa opinião pode ser confirmada por uma análise que levantou o espaço em que dez dos principais jornais brasileiros³ dedicam à seção de cartas. A pesquisa concluiu que da média de 50 a 70 páginas de um jornal diário, o espaço do leitor não chega a ocupar uma página nos grandes jornais. A conclusão a que se chega é a de que o “[...] espaço do leitor não tem crescido dentro dos jornais impressos, e são poucos aqueles que realmente tratam a coluna com o devido respeito” (ADGHIRNI; BAESSE, 2009, p. 12).

Refletindo sobre a questão da política editorial na seção de cartas de leitores, consideramos que essa também pode ser estudada a partir do conceito de mediação editorial: “processo pelo qual os diferentes atores envolvidos com a publicação dão sentido aos textos que transmitem, imprimem e leem” (CHARTIER, 2002, p. 61). Embora esse conceito tenha sido desenvolvido por Chartier ao estudar o processo de publicação de livros, as cartas de leitores também podem ser consideradas como publicações, pois são destinadas a um público leitor e a uma publicação específica, sendo, portanto, sujeitas as condições de produção do impresso. Chartier (2002) aponta no processo de mediação editorial questões como a importância do suporte, as formas de inscrição da linguagem, a sua regulação e correção, instrumentos de seleção, organização, hierarquização e classificação como partes da condição de produção do impresso.

3 Foram investigados os seguintes jornais do centro-sul: Folha de S. Paulo, Estado de São Paulo, Jornal do Brasil, O Globo, Correio Brasiliense e Zero Hora; e do norte-nordeste: A Crítica, O Liberal, Diário de Pernambuco e A Tarde.

Na seção de cartas de leitores o discurso da revista se manifesta pelo texto instrucional, destinado a orientar o leitor no envio de sua correspondência. O texto instrucional circula nas situações cotidianas, sendo parte de um gênero que direciona comportamentos para que uma ação seja realizada ou para que um produto seja utilizado, mostrando os estágios de um procedimento. Diferentes gêneros discursivos exemplificam essa estrutura: receitas, manuais, regras de jogo, guias de uso etc (MARINELLO; BOFF; KOCH, 2008).

E, mais especificamente, ao estudarmos a seção de cartas de leitores em particular, podemos demonstrar esses procedimentos de mediação/instrução, ao delimitarmos nossa análise ao texto ⁴ que orienta as condições de publicação impostas ao leitor nas revistas semanais de informação, com apoio da Linguística Textual e Análise de Discurso, com o objetivo de analisar o discurso da revista.

3 METODOLOGIA

Foucault (1999b) considera o lugar das Ciências Humanas nas vizinhanças, estabelecendo fronteiras com as ciências que estudam a vida, o trabalho e a linguagem. Para nossa análise destacamos o conceito de mediação editorial, desenvolvido na área de Ciências Humanas, mas com aproximações e interconexões às Ciências da Comunicação.

Com o propósito de estudar as características do texto instrucional na seção de cartas de leitores, recorreremos tanto à Linguística Textual, quanto à Análise de Discurso como metodologias analíticas, em função da diversidade de estratégias comunicativas utilizadas pelas revistas.

⁴ Neste artigo nos limitamos a realizar uma análise textual da seção de cartas de leitores restrita ao texto instrucional da revista, aquele que orienta o envio e fornece as regras de publicação ao leitor. Em referência a questões de rotina da produção jornalística, que certamente interferem na seção de cartas, não é objeto de nosso estudo, podendo o leitor para isso recorrer às Teorias do Jornalismo em Traquina (2004), cuja obra destaca que as notícias são produzidas a partir de interações sociais, incluindo a interação entre os membros da comunidade profissional. O mesmo argumento é válido para as cartas de leitores, que também são resultado de inúmeras interações: entre o jornalista, o jornal ou revista como instituição na edição e seleção das cartas que serão ou não publicadas, os leitores escritores na apropriação da informação pela leitura interpretativa e decisão em escrever ao jornal/ revista, lidando, ao mesmo tempo, com um suporte simbólico e material, com a instituição e demais leitores. Assim, a carta enviada pelo leitor à publicação irá sofrer alterações em sua forma e conteúdo, não há neutralidade da informação na relação receptor e emissor. Quanto ao âmbito das rotinas produtivas na seção de cartas, as pesquisas de Silva (2005; 2008) investigam critérios de seleção e edição junto à redação dos jornais, demonstrando que os leitores/escritores que têm mais recursos persuasivos e se expressam melhor têm maiores condições de ter suas cartas publicadas.

A Linguística Textual é um ramo da linguística que tem entre suas tarefas básicas a de verificar o que faz que um texto seja um texto, para estudar os seus princípios de constituição e textualidade (KOCH; FÁVERO; 1998).

Esse ramo da linguística se desenvolve a partir dos anos 1960, na Europa, e coloca em primeiro plano os fatores de produção, recepção e interpretação dos textos enquanto unidades de comunicação:

O surgimento desta linguística ajudou-nos a desviar nossa atenção da oração ao texto, das unidades morfossintáticas às unidades semânticas. Preocupamo-nos, principalmente com as relações que se estabelecem entre os diferentes elementos constituintes do texto, e com as vinculações entre estes elementos e o contexto (KAUFMAN; RODRÍGUEZ, 1995, p. 145)

O conceito de texto é central para a Linguística Textual, e abarca textos tanto orais quanto escritos num determinado contexto, desde textos de uma só palavra até os de extensão máxima indeterminada. O que se considera, de modo geral, são textos delimitados, com início e fim provavelmente explicitados.

O texto, sendo uma macroestrutura, tem seu sentido constituído não pela soma de significados de cada uma das orações, mas a partir de uma integração, “uma construção que o leitor faz”, quando opera sobre o texto e extrai dele relações referenciais, chegando ao seu significado global (KAUFMAN; RODRÍGUEZ, 1995).

As bases de um texto bem estruturado, para Koch e Fávero (1998) tornam-se visíveis em dois aspectos: na definição precisa de operações linguísticas subjacentes a produção do texto (microestrutura) e na localização do texto no processo global de comunicação (macroestrutura).

Complementando com a Análise de Discurso, é na tessitura do discurso que ocorrem essas duas instâncias: a da micro e a da macroestrutura. A primeira responde pela coesão e coerência do texto, tecendo a progressão do discurso em níveis de superfície (formal). Já a macroestrutura, envolvendo a coerência, manifesta-se como o resultado de processos cognitivos que operam entre os usuários.

Enquanto o texto é compreendido no âmbito da linguagem como o modo pelo qual a mesma é estruturada, o discurso é o objeto de estudo na construção do qual importam as condições de sua produção. Texto, em sentido lato, pode ser compreendido como qualquer tipo de comunicação realizada por meio de signos, já o discurso se refere à linguagem verbal, atividade comunicativa numa situação dada, e é manifesto por meio de textos (sentido estrito) (KOCH; FÁVERO, 1998).

Cada organização textual corresponde a um certo lugar, uma maneira de falar, às regras de funcionamento do discurso. Os textos são facetas de uma instituição⁵, e ao mesmo tempo, a instituição existe através do texto, como sistema de gêneros do discurso, regulação da palavra. Conceber o discurso como um espaço onde saber e poder se articulam, é para Brandão (1996) a contribuição de Foucault à Análise de Discurso, pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de direito reconhecido institucionalmente, e o discurso, reconhecido como verdadeiro, é gerador de poder, que utiliza certos procedimentos para eliminar as ameaças a esse poder. O discurso é o espaço que emerge entre as palavras e as coisas, porque podemos desfazer os laços fortes entre elas. Entre as duas, há um espaço invisível, que é linguagem e realidade, o discurso, que faz parte do mundo e também o constrói (FOUCAULT, 1999b).

Pêcheux (1995) também destaca o poder no âmbito do discurso e que esse obedece a uma prática de efeito de sentido entre interlocutores, evidenciando relações de força como posições que funcionam na comunicação. Teorias da linguagem e do discurso oferecem um ponto de apoio às Ciências da Comunicação, pois entre elas estabelece-se forte relação interdisciplinar baseada num interesse comum pelos problemas de utilização da informação e a comunicação em suas diversas formas e registros.

O discurso se manifesta por meio de textos, assim, o leitor da revista toma contato na seção de cartas de leitores com o discurso do emissor nas orientações textuais que ele prescreve e que devem ser seguidas pelos leitores para ter a sua carta publicada. O texto da revista pode ser considerado um texto instrucional, pois é injuntivo, ou seja, apresenta comandos cujo objetivo é levar o leitor a agir de determinada maneira como forma de alcançar um resultado específico. Em relação à linguagem, a característica marcante dos textos instrucionais é o uso de verbos flexionados no modo imperativo, infinitivo e no futuro do presente (MARINELLO; BOFF; KOCH, 2008). É um texto que estabelece interlocução direta com o leitor e o leva a agir de um modo determinado, seguindo passos para adentrar no espaço do discurso. Foucault (1999a) afirma que o discurso, em toda sociedade, é produzido de forma controlada, selecionada, organizada e posta a circular por certo número de procedimentos.

Para Koch e Fávero (1998) o texto instrucional é parte de um gênero de que se serve um emissor para direcionar condutas, pois descreve ações, ordena, ver-

5 As instituições podem ser compreendidas como organizações ou mecanismos sociais que controlam o funcionamento de uma determinada sociedade e, conseqüentemente, dos indivíduos. São de interesse social, organizadas sob o escopo de regras e normas, com vistas ao bem coletivo, ou para satisfação das necessidades da sociedade. (Wikipédia).

baliza. Melo (2004) afirma que na área das Ciências da Comunicação as tendências recentes enfatizam o receptor, mas ao contemplar a comunicação como processo social, é preciso incentivar também estudos sobre o comportamento dos emissores e seus efeitos na construção de produtos midiáticos. Desse modo, buscamos estudar o discurso da revista, (emissor), destinado a orientar o leitor na seção de cartas de leitores pela análise de seu texto instrucional, com base no conceito de mediação editorial e, mais especificamente, com apoio metodológico da Linguística Textual e Análise de Discurso, nas quatro principais revistas semanais de informação em circulação no país.

Estudamos o texto da seção de cartas das seguintes revistas: Veja, Época, Istoé e Carta Capital, de edições referentes aos anos de 2010 a 2012, para proceder à análise. Para além da leitura de grandes textos, a Análise de Discurso se preocupa em “se pôr na escuta das circulações cotidianas, tomadas no ordinário do sentido” (PÊCHEUX, 2008, p. 48). Coletamos mais de uma edição de cada uma, em meses diferentes, para obter representatividade na amostragem e verificar a regularidade do texto, o que se confirmou nas edições observadas.

3.1 ANÁLISE DA MEDIAÇÃO EDITORIAL EXERCIDA PELO TEXTO INSTRUCIONAL NA SEÇÃO DE CARTAS DE LEITORES

Na seção de cartas de leitores, a revista apresenta uma série de procedimentos que devem ser praticados por quem escreve, para que a carta seja publicada. Esses procedimentos são próprios da mediação editorial exercida pela publicação, que regula as condições de publicação do impresso.

Pêcheux (1995) define que o sentido está determinado pela posição que ocupa aquele que o produz, o lugar a partir do qual fala o sujeito constitui o que ele diz, o que faz com que suas palavras signifiquem de modo diferente. “Como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na “comunicação” (ORLANDI, 2009, p. 40). Nesta relação assimétrica entre leitor e publicação, cada um deve ocupar uma posição específica para entrar na ordem do discurso.

Em geral, na seção de cartas de leitores o grande destaque é o texto do leitor, cujas cartas podem ser definidas como intertextuais por excelência, pois são escritas, na maior parte das vezes, em referência a textos já publicados em edições passadas da revista. Para a Linguística Textual a intertextualidade é um processo de incorpo-

ração de um texto em outro, a fim de reproduzir um sentido incorporado ou transformado (KOCH; FÁVERO, 1998). As cartas fazem, portanto, referência às questões tratadas pela revista para a qual foram escritas, remetendo tanto ao próprio texto quanto a realidade exterior⁶. A intertextualidade imprime o caráter comunicativo da revista, que ao proporcionar um espaço para publicar as cartas de leitores, não se limita ao papel de emissor, mas permite o uso da informação, já que o leitor pode interagir com a publicação e com os demais leitores.

Quanto ao emissor, elemento de nossa atenção, a construção de seu discurso ganha forma na seção de cartas de leitores de modo menos relevante, com o texto instrucional que orienta o leitor, e é publicado em geral em pequenos boxes, discreto. As revistas, ao se manifestarem pelo uso do texto instrucional, buscam fatores de contextualização para orientar as cartas. O contexto pode ser compreendido como “[...] conjunto de todos aqueles elementos exteriores ao texto (preferencialmente, os relativos à situação comunicativa), que incidem tanto na maneira de organizar e de estruturar os textos como no modo de interpretá-los” (KAUFMAN; RODRÍGUEZ, 1995, p. 146). Um procedimento bastante utilizado é o fator prospectivo, pois o próprio nome da seção “cartas de leitores” já serve de contextualização ao que está publicado nessas páginas. Veja denomina a seção de “Leitor”, Época de “Caixa Postal”, Carta Capital de “Cartas Capitais”, e Istoé de “Cartas”. As cartas desta seção são organizadas e classificadas sob rubricas ou títulos escolhidos pelo emissor/revista, que indica o conteúdo da carta, ou seja, sobre o que cada carta irá abordar, pois são referentes às matérias publicadas em edições passadas.

A propósito dos textos das revistas analisadas nesta seção, todos utilizam linguagem comum, são breves, com períodos simples que descrevem os procedimentos para o leitor escrever e enviar sua carta à redação, sendo de fácil leitura, claros e corretos.

Na mediação editorial exercida pelo texto instrucional, os procedimentos injuntivos impostos ao leitor escritor pela publicação, aparecem com uma estrutura comum à maioria deles. Em geral o texto instrucional das revistas apresenta primeiramente o endereço para o envio e depois os procedimentos de seleção.

Uma característica comum é a apresentação da série de procedimentos necessários para alcançar o objetivo específico, no caso, a publicação da carta. A segunda característica é o fato de os procedimentos serem ordenados em uma sequência que deve ser respeitada, com uso da gradação no discurso, como indicam alguns

⁶ A referência é parte da construção de uma estrutura textual coesiva que estabelece relações referenciais entre elementos do texto e também do mundo exterior (KOCH; FÁVERO, 1998).

dos verbos utilizados pelas revistas, conduzindo a mediação editorial: corresponder, endereçar, enviar, chegar, selecionar, resumir, sofrer, editar, incluir, publicar. A gradação é uma figura de linguagem que consiste em organizar uma sequência de palavras ou frases para intensificar determinada ideia, e no caso do texto instrucional da revista, há uma ordem progressiva, ou seja, de uma menor proporção – corresponder, endereçar, enviar; para uma maior - chegar, selecionar, resumir, editar, incluir, publicar; na qual se atinge o clímax com a publicação da carta.

Também apresentam verbos que conduzem a ação do leitor, orientando os passos a serem seguidos, com o uso do infinitivo para instruir: para se *corresponder*, *trazer*, *enviar*, *ser* encaminhadas, *endereçar* etc. Isso auxilia o leitor quanto ao que deve fazer. Destacamos o uso de verbos no presente do indicativo pelas revistas Veja: “as cartas *devem*...” e Época: “as cartas *devem* ser encaminhadas...”; na Revista Carta Capital: “Cartas para esta seção *podem* ser enviadas...”; na revista Istoé: “as cartas *devem* ser remetidas [...]”. Nota-se, quanto ao uso dos verbos, que enquanto a revista Veja, a Época e a Istoé utilizam o verbo dever, de caráter mais impositivo, a revista Carta Capital constrói um emissor mais ameno, com verbo que indica possibilidade: *podem* ser enviadas.

Também são utilizados verbos no imperativo, nos quais predomina a injunção, como no texto de Veja e Época: “[...] as cartas que *chegarem* à redação até [...]”. Lembrando que o uso do verbo flexionado no imperativo é típico do texto instrucional, pois é utilizado para expressar ordem, comando, exortação ou conselho (MARI-NELLO; BOFF; KOCHÉ, 2008).

Já os verbos conjugados no futuro do presente demonstram a questão temporal, de prazos e da dinâmica da revista, que são expressos ao leitor: “as cartas *poderão* [...] Só *poderão* ser publicadas”. Também aparecem elementos referentes ao tempo e que encadeiam as ações: até, 12 horas, quarta-feira, na mesma semana, a cada semana, imediatamente, e se referem às condições de produção da revista.

Nos textos analisados aparecem recursos linguísticos que o emissor utiliza para remeter às condições e ao contexto da publicação: “A dêixis é o processo de identificar e localizar as pessoas, objetos, processos, acontecimentos e atividades de que se fala, levando em consideração o contexto” (KAUFMAN; RODRÍGUEZ, 1995, p. 148). São reconhecidas, de modo geral, três classes de dêixis: de pessoa, lugar e tempo.

A dêixis de pessoa se manifesta na exigência de identificação, já que os leitores precisam se identificar para poder utilizar o espaço e participar da situação comunicativa: “[...] as cartas para Veja devem trazer a assinatura, o endereço, o número da cédula de identidade e o telefone do autor” (Veja).

Assim, o leitor “tem sua identidade configurada enquanto tal pelo lugar social em que se define ‘sua’ leitura, pela qual, aliás, ele é considerado responsável” (ORLANDI, 2009, p. 77). É um sujeito que aparece ao mesmo tempo como autônomo e submisso frente às regras da instituição: “As cartas devem ser encaminhadas com assinatura, endereço e telefone do remetente” (Época).

O fato de a identificação do autor ser um dos procedimentos de seleção das cartas sinaliza um dos comandos da mediação editorial, pois a publicação exige a identidade do leitor que escreve, para que esse tenha acesso à seção de cartas: “Cartas para esta seção, com endereço, número do RG e telefone [...]” (Istoé).

A identidade é apresentada como resultante da posição do sujeito no discurso, sendo constituída pela relação que estabelece com o outro (FERNANDES, 2008). Esse procedimento insere as cartas no escopo das cartas pessoais, pois essas contam também com a exigência de um remetente. No entanto, as cartas de leitores são escritas para publicar e não para guardar ou arquivar, o que as diferencia quanto ao uso e finalidade comunicativa. Essa exigência é um procedimento de interdição, destinado a identificar os que entram no discurso, pois se sabe que nem todos têm o direito de dizer tudo, “que não se pode falar de tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa” (FOUCAULT, 1999a, p. 09).

O emissor também comunica com esse procedimento injuntivo a questão da revista como um documento, podendo servir, portanto, de registro ou prova, e devendo por isso, resguardar seus direitos quanto às informações publicadas. A noção de documento remete as suas referências e indicações sobre o contexto de sua produção, como o responsável, o local e a data (BÉGUIN-VERBRUGGE, 2009).

Quanto ao lugar/espço, a Revista Veja disponibiliza em média 04 páginas à seção “Leitor”, hierarquiza os assuntos mais comentados da semana, e destaca em negrito, uma carta por semana; Época dedica em média, 02 páginas à seção “Caixa Postal”, e também hierarquiza os assuntos mais comentados, destaca num box, com letras em negrito e colorido, a “carta da semana”, além de chamar o leitor para ler mais cartas no site da revista; Carta Capital destina aproximadamente 03 páginas de cartas em “Cartas Capitais”, inclusive com promoções destinadas às melhores cartas de cada mês, concorrendo a uma assinatura, e também traz resultados da enquete da semana (feita pela internet), com leitores da revista; Istoé apresenta, geralmente, de uma a três colunas, ou o espaço de uma página, na seção “Cartas”, e também destaca uma carta no espaço de um box.

Essas cartas são geralmente referentes aos temas tratados pela edição imediatamente anterior a atual, em referência à dêixis de tempo, que se manifesta em relação ao momento da enunciação: “Só poderão ser publicadas na edição imediatamente seguinte as cartas que chegarem à redação até a quarta-feira de cada semana” (Veja).

O critério temporal aparece como um procedimento que apresenta peculiaridades no interior do mesmo grupo, pois algumas revistas chegam, inclusive a determinar não só o prazo de envio, mas também detalhes quanto a horário, o que implica diferentes condições de produção de cada revista: “Só podem ser incluídas na edição da mesma semana as cartas que chegarem à redação até às 12 horas da quarta-feira” (Época).

As demais, Istoé e Carta Capital, parecem ilustrar um livre fluxo informacional quanto ao tempo, corroborando o que diz Foucault (1999a), de que muitas vezes o discurso sugere estar aberto a todos, sem restrições, à disposição do sujeito.

Quanto às formas de envio, a comunicação com a publicação é também um procedimento de seleção das cartas. No contexto atual, afetado pela cultura da Internet, ganha força a Comunicação virtual, e a preocupação com os usuários e os meios que esses utilizam para satisfazer suas necessidades de informação. A maioria das revistas disponibiliza: endereço para contato, fax e e-mail. Carta Capital também oferece um e-mail alternativo para ser usado em caso do leitor ter “outras comunicações” a fazer.

As cartas passam por um processo de regulação, ou seja, das regras de mediação editorial impostas pela publicação para serem selecionadas. Destacamos as referentes a conteúdo e extensão das cartas, o que não permite ao leitor nem escrever o que quer (seleção), como quer (correção) e nem quanto quer (restrição), para poder entrar na ordem do discurso. São condições impostas devido ao fato de que a revista é um produto editorial cujas páginas possuem valor comercial e devem ter seu espaço negociado, mas também interferem as questões internas ao próprio texto na seleção das cartas, como a necessidade de seleção, a clareza e o espaço da seção, como exigências de rarefação. O que determina as condições de funcionamento dos discursos, as relações de força e suas regras, permitindo ou não o acesso a eles, é a rarefação: “Rarefação, desta vez, dos sujeitos que falam; ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfazer a certas exigências ou se não for, de início qualificado para fazê-lo” (FOUCAULT, 1999a, p. 37).

A revista Istoé esclarece ao leitor os procedimentos injuntivos a que sua correspondência está sujeita: “As cartas poderão ser editadas em razão do seu tamanho ou para facilitar a compreensão.” A revista Veja também destaca os procedimentos de restrição e correção: “Por motivos de espaço ou clareza, as cartas poderão ser publicadas resumidamente”. Ambas não comentam sobre a seleção das cartas. Carta Capital destaca a regulação da restrição e seleção: “Por motivo de espaço, as cartas são selecionadas e podem sofrer cortes”, porém não destaca a questão da correção.

Outras afirmam ser o procedimento de regulação referente à seleção e à restrição, um direito da publicação: “Época reserva-se o direito de selecioná-las e resumi-las para publicação”, mas também não explicita procedimentos de correção. A questão da clareza e necessidade de correção como critérios importantes na seleção das cartas de leitores foi abordada por Silva (2005; 2008) que afirmou que as cartas que têm melhor organização textual e são gramaticalmente corretas têm mais chances de serem publicadas. Por isso, o discurso, ensina Foucault (1999a), é descontínuo, e também uma prática que trabalha com condições de possibilidades. Essa descontinuidade pode ser observada no discurso da Revista Carta Capital, que dá abertura a inclusão de outras possibilidades de comunicação para que o leitor utilize o espaço e se manifeste publicamente: “outras comunicações para a redação devem ser remetidas pelo e-mail redação@cartacapital.com.br”.

Nessa relação de forças, a orientação da revista, manifesta em seu discurso pelo texto instrucional, prescreve ou ordena uma série de procedimentos que devem ser praticados pelo leitor para que o uso do espaço, e conseqüentemente, a publicação seja possível. As mediações que atingem o discurso, de procedimentos impostos pelo emissor a quem pode ou não publicar nesse espaço, revelam características de um discurso que exerce seu poder sobre quem pode falar e sobre o quê, envolto numa prática editorial, institucional e simbólica.

O emissor, que representa a revista como instituição, aquele que decide quem entra ou não na “seção do leitor”, lida com questões econômicas, editoriais, de organização e espaço, o que também implica custos na comunicação, e com sentidos, ao lidar com o que pode ou não ser dito, mediando, portanto, relações de poder, de determinar qual a posição que o leitor pode e deve ocupar para ser o sujeito do discurso.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vida contemporânea exige de cada um habilidades de comunicação para poder participar e interferir na dinâmica social. Essas habilidades são demonstradas, por exemplo, quando precisamos escrever uma carta a uma revista enquanto leitores de uma determinada publicação. No entanto, as habilidades não são suficientes para penetrar na ordem do discurso, pois as revistas impõem uma série de condições, que expressam relações de força frente aos leitores, para que os mesmos participem da situação comunicativa nas cartas de leitores. A revista, enquanto produto editorial, institucional e também um documento representativo da cultura letrada, ma-

terial e impressa, utiliza procedimentos de mediação na seção de cartas de leitores expressos em um texto instrucional dirigido ao público, também com o objetivo de salvaguardar seu direito em relação ao que é publicado, daí as exigências para publicar, pois cada leitor deve se responsabilizar pelo que escreve, fornecendo inclusive em algumas publicações, o número da identidade. As Ciências da Comunicação se ocupam deste problema: a interface entre as pessoas e os meios de informação e comunicação, pois tem suas raízes históricas no estudo das implicações que esses trazem à sociedade.

A mediação editorial na seção de cartas, analisada por seus procedimentos de injunção, é construída como um texto instrucional que carrega uma informação e ao mesmo tempo impõe um limite através de uma prática institucional. Sendo a injunção o ato de ordenar, de mandar executar alguma coisa, se articula como um conjunto de regras combinatórias com unidade semântica e caráter social, que expressa, no decorrer do fluxo informacional, a intenção comunicativa da revista, e sua maneira de mediar, que implica organizar, selecionar e regular as cartas, utilizando distintos procedimentos para fazer falar ou calar os leitores.

De modo geral, o discurso das revistas analisado nos textos instrucionais da seção de cartas de leitores da revista *Veja*, *Istoé*, *Carta Capital* e *Época*, são claros, corretos, breves e didáticos. *Veja* chega a dedicar quatro páginas do total da publicação, *Carta Capital*, três páginas, *Época*, duas, e *Istoé*, uma coluna, contudo, em média, uma revista chega a publicar cem páginas por edição, e a seção de cartas não chega a ocupar nem 5% do espaço total das revistas. Algumas dão grande destaque às cartas de leitores, inclusive selecionando-as através de recursos na edição, com uso de boxes, negrito, e também premiando as melhores cartas (*Carta Capital*), ou incentivando a leitura no site da revista daquelas que não puderam ser publicadas (*Época*).

O texto instrucional é uma orientação que auxilia o leitor a entrar no espaço da revista, e como tal, descreve os procedimentos para que isso seja possível, indo das que oferecem mais detalhes, enfatizando, por exemplo a dêixis de tempo, tais como *Veja* e *Época*, e outras que parecem ter menos critérios, aumentando, possivelmente, as possibilidades de publicação da carta do leitor. Contudo, o texto instrucional não deixa de expressar uma ordem, articulada por aqueles que decidem quem pode ou não entrar no espaço da revista, mediando as relações de poder que existem no discurso.

A concepção de poder encontra em Foucault (1999a) uma visão relacional, pois o poder não se detém e nem se transfere feito coisa, assim, o emissor é investido dele, o poder passa por ele, apoia-se nele, como um dispositivo, que remete à ideia de organização e de rede, designando um conjunto heterogêneo que engloba o dis-

curso e a instituição. E no espaço das cartas de leitores os dispositivos da comunicação poder estão deste modo expressos no texto instrucional da revista, em sua forma institucional e organizacional propriamente dita.

REFERÊNCIAS

BÉGUIN-VERBRUGGE, A.. Informação, comunicação e antropologia dos saberes. **RECIIS**, Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde. ICICT/ Fiocruz, Rio de Janeiro, 3, jul. 2009. Disponível em: <http://www.reciis.cict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/279>. Acesso em: 08 Jul. 2010.

BOUGNOUX, D.. **Introdução às ciências da informação e da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

BRANDÃO, H. H. N.. **Introdução à análise do discurso**. 5 ed. Campinas: Unicamp, 1996.

BUCKLAND, M. K.. Information as thing. Journal of the American Society for Information Science (**JASIS**), v.45, n.5, p.351-360, 1991. Disponível em: <http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html> Acesso em: 25 jun. 2009.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento**. De Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CHAPARRO, M.C.C. Carta. In: MELO, J.M. (Org.) **Gêneros jornalísticos na Folha de S. Paulo**. São Paulo: FTD, 1992. p. 63-74.

CHARTIER, R.. **Os desafios da escrita**. São Paulo: Unesp, 2002.

FERNANDES, C. A.. **Análise do discurso: reflexões introdutórias**. São Carlos: Claraluz, 2008.

FISCHER, S. R.. **História da leitura**. São Paulo: Unesp, 2006.

FONTANINI, I.. Cartas ao editor: a linguagem como forma de identificação social e ideológica. In: MEURER, J. L.; MOTTA-ROTH, D. (orgs.). **Gêneros textuais e práticas discursivas: subsídios para o ensino da linguagem**. Bauru, SP: Edusc, 2002.

FOUCAULT, M.. **A ordem do discurso**. Aula inaugural no Còllege de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1999a.

_____. **As palavras e as coisas**: uma arqueologia das ciências humanas. 8. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999b.

ILHARCO, F. **Filosofia da informação**. Lisboa: Universidade Católica editora, 2003.

KAUFMAN, A. M.; RODRÍGUEZ, M. E.. **Escola, leitura e produção de textos**. Porto Alegre: Artmed, 1995.

KOCH, I. G. V.; FÁVERO, L. L.. **Linguística textual**: uma introdução. 4 ed. São Paulo: Cortez, 1998.

MARINELLO, A.F.; BOFF, O M.B.; KOCH, V.S. O texto instrucional como um gênero textual. **The Especialist**, vol. 29, nº especial, 2008. p. 61-77. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/esp/article/view/6205/4531> Acesso em: 01 dez.. 2011.

MCLUHAN, M.. **A galáxia de Gutenberg**. A formação do homem tipográfico. São Paulo: Companhia Editora Nacional e Universidade de São Paulo, 1972.

MELO, J. M.. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

_____. **Teorias da comunicação**: paradigmas latino-americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

ORLANDI, E. P.. **Análise de discurso**. Princípios e procedimentos. 8.ed. Campinas, SP: Pontes, 2009.

PÊCHEUX, M.. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 5.ed. Campinas: Pontes, 2008.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 2 ed. Campinas, SP: Unicamp, 1995.

SCALZO, M.. **Jornalismo de revista**. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2008.

SILVA, M. T. As cartas dos leitores no Público e no Diário de Notícias. **Observatorio Journal**, v. 5, p. 263-279, 2008. Disponível em: <www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/117/159>. Acesso em: 15 set. 2009.

_____. **As “cartas ao director” no jornal Público**: um estudo de caso. 2005. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Busca. Acesso em: 15 set. 2009.

THOMPSON, J.B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 11 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

VERÓN, E. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.