

CENOGRAFIA E *ETHOS*: LEGITIMAÇÃO ENUNCIATIVA EM UMA NOTÍCIA JORNALÍSTICA

Maria Angélica Lauretti Carneiro¹

- **Resumo:** Neste artigo serão mostrados alguns aspectos enunciativos-discursivos que constroem posições subjetivantes presentes em uma notícia jornalística. O foco recairá sobre as noções de “cenografia” e “*ethos*” como elementos indissociáveis na legitimação da enunciação, conferindo poderoso efeito persuasivo.
- **Palavras-chave:** Discurso; enunciação; persuasão; cenografia; *ethos*.

É por meio dos diferentes discursos que nos cercam no dia-a-dia e com os quais nos envolvemos como sujeitos sociais, tanto da perspectiva da produção quanto da recepção, que somos circunscritos dentro do ato persuasivo que a linguagem, em suas formas, possibilita. Como atualização dos discursos em linguagem, o texto reflete, em seus aspectos formais e estilísticos, os processos de produção e apresenta pistas para interpretação das situações enunciativas. Esses modos enunciativos, a cada vez, estabelecem com o leitor uma forma de comunicação que o engendra no mundo evocado pelo texto. O que as escolhas feitas e trazidas para o interior do discurso, com exclusão das outras formas ditas, podem representar, sobretudo, são posições subjetivantes de quem enuncia.

Dessa perspectiva, o objetivo do presente artigo é mostrar como a enunciação é constitutiva da construção do sentido e dos sujeitos que nela se reconhecem; que persuadir consiste em atestar o que é dito na própria enunciação. Para isso, serão mostrados alguns aspectos enunciativos-discursivos e marcas da materialidade linguística presentes em uma notícia jornalística, aparentemente objetiva, que possibilitam transformar um texto, em princípio ingênuo, em um (nem tanto) sutil instrumento de reiteração de pressupostos e crenças coletivas sob a ordem sociopolítica.

O foco recairá sobre as noções de “cenografia” e “*ethos*” como elementos indisso-

¹ Doutoranda do Departamento de Linguística Aplicada – Instituto de Estudos da Linguagem – UNICAMP – 13083-090 – Campinas – SP – Brasil. E-mail: mangelic01@hotmail.com.

ciáveis que constroem e legitimam a enunciação. Mostraremos de que forma apresentam-se, na notícia em questão, como dimensões conjuntas resultando em um efeito persuasivo poderoso pela reabilitação de pressupostos coletivos.

A cenografia, de acordo com Maingueneau (2001), não é tão somente um cenário onde o discurso aparece no interior de um espaço já construído e independente dele; ela é a enunciação que, ao se desenvolver, constitui progressivamente – e paradoxalmente – o seu próprio dispositivo de fala; a cenografia é “[...] ao mesmo tempo fonte do discurso e aquilo que ele engendra; ela legitima um enunciado que, por sua vez, deve legitimá-la estabelecendo que essa cenografia onde nasce a fala é precisamente a cenografia exigida para enunciar como convém.” (MAINGUENEAU, 2001, p.87-8).

Se o texto “mostra” a cenografia que o torna possível por indícios textuais variados, nesse sentido, a noção de gênero do discurso tem relevância. Embora existam gêneros mais ou menos suscetíveis a cenografias estabilizadas, a exemplo da correspondência administrativa, os relatórios, há outros que são propícios à diversidade, como é o caso, por exemplo, do discurso político, ou o publicitário, que podem mobilizar cenografias variadas, sempre de modo a persuadir o leitor captando seu imaginário. Por sua natureza, os gêneros que mobilizam cenografias mais movediças exigem a escolha de uma cenografia por meio de cenas de fala validadas.

Tais cenas de fala validadas estão instaladas na memória coletiva, seja em modelos rejeitados ou valorizados. Não se caracterizam como um discurso propriamente, mas como “estereótipos autonomizados” que se fixam em representações arquetípicas e estão disponíveis para investimentos em outros textos.

Mas esse universo de sentido dado pelo discurso impõe-se não só pela cenografia. É também pelo *ethos* que o enunciador transmite ao leitor e que remete a uma maneira de ser de um corpo investido de valores “socialmente especificados” que os sentidos vão se construindo. A função do *ethos* é fazer remissão à imagem do fiador que, por meio de sua fala, confere a si próprio uma identidade compatível com o mundo que ele deverá construir em seu enunciado.

Maingueneau (2001) afirma que o reconhecimento da função do *ethos* permite que nos afastemos de uma concepção de discurso segundo a qual os conteúdos dos enunciados seriam independentes da cena de enunciação que os sustenta. O poder de persuasão de um discurso consiste, em parte, em levar o leitor a se identificar com a movimentação de um corpo investido de valores sociais.

Cenografia e *ethos* no gênero jornalístico: sentido objetivante

No gênero jornalístico, a cenografia pode vir marcada pelo efeito próprio da natureza da instância de produção desse gênero do discurso (ou da sua cena genérica): de transparência frente aos referentes.

Historicamente os textos noticiosos se propõem a narrar o cotidiano de modo a

produzir um efeito de sentido objetivante, de real em que o enunciador se representa como se fosse neutro. Por outro lado, há uma tensão que dimensiona o contrato genérico que não desfaz a inter-relação entre comunicar de maneira neutra, mas também fazer aderir “fisicamente” a um certo universo de sentido, que pode ser mostrado por indicações explícitas que tomam corpo através da própria enunciação que as carrega.

Em função de tal equação, é que procederemos à análise da notícia publicada em um jornal paulista e a foto que a ilustra (ANEXO A), conjunto exposto como informativo, referencial, mas que está funcionando como construção de um direcionamento de sentidos implícitos a partir de sua forma de enunciar.

O assunto concerne a um ato de desagravo ocorrido no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC que se deu em favor de Vicentinho, então presidente da Central Única dos Trabalhadores, depois de ele ter sido criticado por militantes de sindicatos de servidores públicos, em 1997, época em que o governo tomava medidas a respeito do novo estatuto trabalhista para o funcionalismo público.

O modo de enunciação nesse artigo noticioso mostra a instabilidade do *ethos* (neutralidade x ironia) definidor de um posicionamento jamais neutro. No meio-termo entre o respeito ao contrato genérico e a ironização da encenação dos registros verbais marginais ao ato político sobre o qual se narra, o *ethos*, neste caso, é construído de forma a ativar persuasivamente, no leitor, fantasmas sociais muito facilmente reabilitáveis.

O discurso no discurso: indícios textuais de legitimação enunciativa

Em especial, nos textos noticiosos, o “discurso citado” é o lugar privilegiado de sustentação do caráter informativo que a sua cena engendra pela dissolução que pode provocar das fronteiras entre o contexto narrativo e o discurso que é trazido para seu interior, produzindo assim um sentido de objetividade.

Mas as direções em que se pode desenvolver a dinâmica da inter-relação entre o discurso citado e o narrativo podem seguir em duas orientações, segundo Bakhtin (1990). A primeira, obviamente, seria a que visa a conservar a integridade e autenticidade do discurso outro, conforme foi anteriormente apontado. A segunda seguiria a orientação oposta valendo-se do fato de que a língua elabora “[...] meios sutis e versáteis para permitir ao autor infiltrar suas réplicas e seus comentários no discurso do outro” (BAKHTIN, 1990, p. 150). É nessa perspectiva que, ao discorrer a respeito do discurso de outrem, Bakhtin argumenta que o discurso citado é o discurso no discurso, a enunciação na enunciação, mas é, ao mesmo tempo, um discurso sobre o discurso, uma enunciação sobre a enunciação.

Vejamos, pois, o jogo persuasivo de seu emprego no interior da matéria jornalística. A questão é: de que forma a voz outra que é trazida e posta em evidência no discurso do enunciador orienta para determinados sentidos?

Consideremos o título auxiliar que emprega a citação literal do presidente da CUT (“Vocês são foda, minha gente”). Poder-se-ia dizer que a assinalação no subtítulo dessa citação-tema mostra um recurso usado para se colocar em evidência um falar bem pouco congruente com os padrões do discurso construído para um *ethos* habitualmente associado a uma autoridade. Tampouco, é esperado em um ato político convencional; ao contrário, é um falar salientado no modo marginal da linguagem em que o privado está se imiscuindo ao público ².

Se de um lado a multiplicação de expressões citadas nos gêneros de comunicação tem por efeito uma pretensão documentar que repousa sobre a ética da fala exata, é certo que as direções em que se pode desenvolver a dinâmica da inter-relação entre o discurso citado e o narrado podem ter uma orientação diferente daquela que visa somente conservar a integridade ou atestar a autenticidade do discurso de outrem.

É desse modo também que a voz do discurso citante pode se fazer a mais discreta possível. O que as escolhas trazidas para o interior de um discurso, com exclusão das outras formas ditas, podem representar, sobretudo, são posições subjetivantes do enunciador.

Como índices marcadamente polifônicos, as aspas podem funcionar de muitos modos ao reproduzirem o discurso que está sendo citado: podem ser utilizadas de modo a manter distanciamento do que se diz, colocando “na boca” de outro a responsabilidade pelo que foi dito. Também nessa operação distanciadora, elas podem estar apontando para um modo de diferenciação, para mostrar que nos distinguimos daquele(s) que usa(m) a palavra, ou que somos irredutíveis às palavras que são pronunciadas. Podem estar funcionando, além disso, como modo de questionamento ofensivo ou irônico quanto à propriedade da palavra ou expressão empregada por prudência ou imposição da situação.

Há também outras citações funcionando dentro dessa orientação, a exemplo das formas aspeadas “pelego” e “traidor”, que foram dirigidas a Vicentinho. Sua re-enunciação, no artigo, não parece se tratar de fidedignidade ao comunicar o que foi dito: na literalidade em que são mostradas, e dentro da sugestão norteadora da notícia, parecem funcionar mais como uma segunda enunciação, ou uma “encarnação” na enunciação dos qualificativos dirigidos ao protagonista. Conferem ao enunciado, isto sim, uma intencionalidade nem tanto despreziosa.

Ao ser assinalada ainda a fala [*embargada*] de Vicentinho quando ele profere que os gestos foram “covardes” e “fascistas”, o sentido que se imprime é de um *ethos* de fragilidade. Note-se que essas expressões aspeadas são imediatamente seguidas pelo

² Podemos até considerar que as formas mais tradicionais de atuação dentro da ordem política do discurso podem atrair riso geral. Enquanto que outros modos emergentes são aparentemente aceitáveis em que os políticos são reconstituídos como indivíduos e personalidades “reais”, e em termos de relações políticas, em que políticos e público são co-membros de um domínio privado de cultura, cujos valores dominantes são o aspecto comum, informalidade, a autenticidade e a sinceridade. Certamente que a transposição, na notícia, da fala proferida pelo sindicalista confere um sentido oposto a esse.

modo ilocucionário da fala do então presidente da CUT que [Prometeu] “parar o país...”, reforçando uma figura paradigmática de representante de movimentos de greve, mostrada, provavelmente com a intenção persuasiva, até mesmo “marota”, de reativar o imaginário de quem lê.³

Seleção temática: agenciamento de um enunciador

Pô-los em primeiro plano, é fazer dos elementos temas marcados. A motivação social para uma seleção temática permite perceber nas estratégias enunciativas o processo de jogar luz sobre pressupostos de senso comum.

Nos gêneros noticiosos, como se sabe, algumas formas como a manchete e o *lead* constituem-se em importantes recursos textuais para ajudar a construir o tema; funcionam como expressão de pelo menos parte do tema noticioso e também são usados como sinais para que façamos deduções sobre a informação mais importante do texto que neles está sendo sumarizada ou destacada.

Mas a manchete e o *lead* expressam, sobretudo, a relevância dada pelo enunciador. Quem enuncia poderá exprimir ou atribuir valores de relevância não só aos tópicos que são hierarquizados nos títulos, como também na ordem linear do texto. Com efeito, a distribuição descontínua de tópicos na matéria noticiosa pode ser estrategicamente agenciada.

É o que poder-se-ia considerar sobre a citação do final da notícia, tendo em vista essa saliência. Na finalização em que há a exposição do bilhete enviado pela mulher do presidente da Central Única dos Trabalhadores, recorre-se novamente àquele sentido que já se mostra no título auxiliar: a evidência do embaralhamento das linhas divisórias estabelecedoras entre público e o privado: (“Meu querido companheiro...Eu o amo muito, viu?”), relacionando o embate sociopragmático e lingüístico com a estrutura hegemônica tanto dos atos políticos convencionais, como do lugar daqueles que são os representantes políticos.

É uma forma de “arremate” cenográfico que apreende um discurso de ordem mais primária para o interior de uma outra modalidade caracterizadora do discurso político. Esse modo recupera persuasivamente o *ethos* partilhado da mesma ordem em que se emprega a citação inicial do sindicalista no subtítulo: apresenta-o em desconformidade com determinada convenção lingüística.

³ Se em algumas práticas de produção da informação, o texto jornalístico é um simulacro, uma reconstrução do real transformado em uma nova realidade mais intensa que a original, por outro lado, consideramos que não se excluem algumas circunstâncias em que haja apresentação do fato íntegro para que o leitor produza seu julgamento.

Confirmação de estereótipos culturais: caráter e corporalidade

Segundo Maingueneau (2001), compreendidas na noção do *ethos* também há determinações físicas e psíquicas. O universo de sentido do *ethos* é atribuído a um “caráter” e a uma “corporalidade”. O caráter corresponde a uma gama de traços psicológicos e a corporalidade, à compleição corporal e ao modo de se movimentar no espaço social. Ambos provêm de um conjunto difuso de representações sociais, valorizadas ou desvalorizadas, sobre as quais se apóia a enunciação modificando-as ou confirmando-as em estereótipos culturais que circulam nos domínios mais diversos: literatura, fotografia, cinema, publicidade etc. No artigo apresentado, o *ethos* evocado no manei-rismo da fala do sindicalista leva às mesmas associações descritas que a narração seguinte da imagem corporal também possibilita: “De pé, sobre uma cadeira improvisada como palanque, as primeiras palavras de Vicentinho foram ‘essa surpresa foi muito forte para mim, vocês são foda, minha gente.’”

Tudo é apresentado de maneira a se respeitar o contrato genérico, e esse movimento de legitimar a enunciação, conformando-a às determinações do gênero, também se manifesta na foto que acompanha a matéria jornalística.

No gênero jornalístico, ainda que a imagem fotográfica tenha como parceria o efeito de sentido do acaso que marca sua produção num espaço onde é oferecida como um dado da realidade, o ângulo focalizado na notícia, contudo, parece ter uma função bastante persuasiva, já que leva a uma similitude com uma figura frágil, retraída.

Ambas “imagens” (a foto e a narração da cena do ato) mantêm, ao que parece, uma coerência com o *ethos* que vem se configurando no desenrolar do artigo, agora nessas duas dimensões: a *corporalidade* e o *caráter*.

***Ethos* e incorporação: conjuntura ideológica**

Um exemplo evocado por Maingueneau (2001), extraído do discurso publicitário que apresenta como inseparável o *ethos* da mulher descontraída e dinâmica com a qual as outras mulheres devem se identificar, pressupõe uma comunidade imaginária afinada ideologicamente, para que o processo de incorporação permita a identificação das leitoras com o *ethos* dessa mulher.

Tem-se aqui a prerrogativa de que as incorporações se realizam na comunhão de pressupostos partilhados socialmente, na adesão a um mesmo discurso. A incorporação para Maingueneau designa, portanto, a ação do *ethos* sobre o co-enunciador (o leitor) que se reconhece no discurso. Para o autor, “o co-enunciador interpelado não é apenas um indivíduo para quem se propõem ‘idéias’ que corresponderiam aproximadamente a seus interesses; é também alguém que tem acesso ao ‘dito’ através de uma ‘maneira de dizer’ que está enraizada em uma ‘maneira de ser’, o imaginário de um vivido” (MAINGUENEAU, 1989, p. 48-49, grifo do autor).

Ao contrário da propaganda analisada por Maingueneau, a incorporação nos discursos diretos do texto e na foto, no interior da cenografia que se revela, remete a um *ethos* investido de valores socialmente desqualificados. Com efeito, a narração da cena do ato político poderia reativar no interlocutor a imagem prototípica de um evento político orientando para o seu sentido mais negativo: "Vicentinho foi saudado com aplausos e palavras de ordem [...] Entre abraços e tapas nas costas, Raulino Lima, vice-presidente da Comissão de Fábrica da Volkswagen em São Bernardo (SP), levantou o presidente da CUT [...] Dezesseis oradores subiram na cadeira para dar apoio a Vicentinho [...]"

Temos, pois, que, na cena validada em que se desenvolve essa cenografia, a incorporação pode se dar na identificação do leitor com o sentido mais caricatural do atos políticos.

Enunciação e reativação de pressupostos socialmente partilhados

Vimos procurando mostrar que o emprego retórico da cenografia e do *ethos* possibilita a mobilização de crenças e conhecimentos presumidos. O quadro de enunciação apresentado, construído na legitimação dada pelas marcas que o gênero confere, permite ao enunciador, conscientemente ou não, infiltrar a sua própria réplica.

A respeito do discurso e das identidades, Signorini (1998, p.143) argumenta que

[...] o foco na diferença em relação a determinado padrão tem sempre como principal efeito a desqualificação do falante e de seu desempenho, tanto em relação à identidade social que ostenta, ou que lhe é atribuída [...] quanto em relação à função que se pretende desempenhar – falar, agir, decidir em nome de um grupo

E esse modo desqualificador, ainda segundo a autora, dá-se

[...] através da reconstituição, mesmo que em negativo, de bordas e fronteiras que separam e diferenciam lugares e funções na ordem sociopolítica estabelecida e que são mapeadas a nível simbólico da linguagem (SIGNORINI, 1998, p: 143).

Observemos, em seguida, como o foco na referida citação de Vicentinho ("Vocês são foda, minha gente") reconstrói, para o leitor, esse efeito depreciativo.

Instados a ler o artigo e a emitir sua impressão sobre o subtítulo destacado, alguns leitores⁴ forneceram respostas demonstrativas de que o recurso persuasivo do uso de tal expressão pronunciada pelo presidente da CUT é eficaz na sua intenção de "afetamento", como um primeiro movimento para a interpretação.

⁴ Trata-se de alunos do 5º período do curso de Letras de uma instituição particular do interior paulista.

Algumas opiniões dos sujeitos mostraram-se calcadas em pressupostos do senso comum, associados à identidade e à função do representante:

(leitor 1) "Do meu ponto de vista, deveria ter esse subtítulo: Vocês me emocionam, minha gente, pois seria uma expressão mais apropriada para um presidente, já que o subtítulo presente na reportagem é composto de uma gíria que fica estranha para o leitor aceitar como sendo dita por esse representante."

(leitor 2) "Na minha opinião, qualquer outro subtítulo que não contivesse gírias ou palavras informais caberia melhor a um texto jornalístico."

(leitor 3) " [...] pelo fato de essa expressão conter a palavra foda, que não soa muito bem num discurso público, pronunciado e dirigido a pessoas de um certo nível."

(leitor 4) "Eu destacaria: O Presidente da CUT foi recebido ontem na Sede, para não focalizar algo que pudesse ser interpretado como vulgar."

(leitor 5) "Foram gestos covardes e fascistas, esta é a expressão que eu utilizaria se fosse a autora (...) para chamar atenção para uma reportagem não precisa usar palavras deselegantes."

(leitor 6) "A expressão causa impacto muito forte no leitor."

(leitor 7) "Por ser uma expressão forte, é uma retribuição conseqüente ao ato de desagravo e aparece junto ao título para impressionar o leitor."

(leitor 8) "Esse subtítulo aparece justamente para incomodar o leitor e para que leia o artigo."

Considerações finais

Uma análise da dimensão persuasiva do discurso deve levar em conta os traços que permitem reconhecer certa intenção do enunciador pretendida sobre aquele a quem o discurso se destina. No caso exposto, vimos como se configura o projeto de persuasão desse discurso: no arbítrio das nomeações preferenciais, nos estereótipos socialmente produzidos, na seleção e ordenação dos dados que envolvem a consideração de importância.

É importante dizer que não necessariamente o leitor faz interpretações sempre passivas. Certamente ele pode ter conhecimento da parcialidade e a imposição dos veículos de comunicação de massa, já que existe uma variedade de "aparelhos" que ajudam na construção da visão crítica do cidadão. A esse respeito, Fairclough (2001) expõe que as "interpretações resistentes" dos indivíduos acontecem por serem eles sujeitos sociais que acumulam experiências sociais particulares como variáveis que afetarão as formas de consumo e os modos interpretativos dos textos, desestabilizando modos naturalizados.

Também aqui não se pressupõe que não possam ocorrer várias interpretações. É possível que o discurso da notícia muitas vezes sirva para convalidar, ou não, o ideal do leitor que, mesmo se muito influenciado, não absorve a totalidade das mensagens como verdadeiras. O que o cidadão afinal pode estar procurando na informação jornalística selecionada é, muitas vezes, o reforço ao seu discurso.

As questões acima discutidas parecem indicar que, ainda que conformadas e legitimadas pelas ordens dos discursos, as posições e escolhas enunciativas são move-diças, configurando um *como* de um ato persuasivo que se dá prévia e indissolúvel-mente dentro de um código cultural e que seu processo manifesta-se no interior das formas que legitimam os gêneros. São somente alguns dos inúmeros índices da forma subjetivante imposta pela constituição de todo discurso.

CARNEIRO, M. A. L. Scenery and *ethos*: newspaper news enunciative legitimacy. *Alfa*, São Paulo, v.48, n.2, 107-116, 2004.

- **ABSTRACT:** *This paper analyzes some features of discourse and utterance acts that make up subjectifying positions in newspaper news. We argue that ethos and scenery are not dissociable elements for enunciative legitimacy and as such both render strong persuasive effect.*
- **KEYWORDS:** *Discourse; utterance act; persuasion; scenery; ethos.*

Referências bibliográficas

- BAKHTIN, M. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1990.
- FAIRCLOUGH, N. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UNB, 2001.
- MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez, 2001.
- SIGNORINI, I. (Des)construindo bordas e fronteiras: letramento e identidade social In: SIGNORINI, I. (Org.). *Lingua(gem) e identidade: elementos para discussão no campo aplicado*. Campinas: Mercado de Letras, 1998. p.139-171.

Obras consultadas

- CHARAUDEAU, P. Prefácio. In: PAULIUKONIS, S.; GAVAZZI, M. A. L. *Texto e discurso: mídia, literatura e ensino*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003. p.7-8.
- DUCROT, O. *O Dizer e o dito*. Campinas: Pontes, 1997.
- FIORIN, J. L. *As astúcias da enunciação*. São Paulo: Ática, 2001.
- MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Pontes, 1989.198p.
- _____. O *ethos*. In: _____. *O contexto da obra literária*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

RAJAGOPALAN, K. *Por uma lingüística crítica: linguagem, identidade e a questão ética*. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

TODOROV, T. *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes, 1980.

Anexo A



Vicentinho durante intervalo da reunião da CUT nacional

Vicentinho recebe desagravo em SP “Vocês são foda, minha gente”

ANA MARIA MANDIM
Da Reportagem Local

O presidente da CUT (Central Única dos Trabalhadores), Vicente Paulo da Silva, o Vicentinho, foi recebido ontem na sede da entidade, em São Paulo, com um ato de desagravo promovido pelo Sindicato dos Metalúrgicos do ABC.

O ato precedeu uma reunião de 99 integrantes da direção nacional da CUT (que começou depois das 15h), para definir como será conduzida a negociação da reforma da Previdência no plenário da Câmara.

A idéia de retomar o fórum de discussão suprapartidário, com líderes dos partidos, das centrais e do governo, foi mencionada por Vicentinho.

Dirigentes de tendências à esquerda da CUT também apóiam o fórum, desde que restrito aos setores de oposição.

Os membros da Articulação, tendência da CUT à qual pertence Vicentinho, quiseram deixar claro que repudiam os acontecimentos de terça-feira, em Brasília, quando Vicentinho foi chamado de “pelego” e “traidor” por militantes de sindicatos de servidores públicos.

Ao saltar do carro na sede nacional da CUT, na zona les-

te, Vicentinho foi saudado com aplausos e palavras de ordem.

Raulino Lima, vice-presidente da Comissão de Fábrika da Volkswagen em São Bernardo (SP), levantou o presidente da CUT. Emocionado, Vicentinho acenou para todos e chorou.

Entre abraços e tapas nas costas, demorou alguns minutos para chegar ao saguão, onde cent trabalhadores, na maioria metalúrgicos, o aguardavam.

De pé, sobre uma cadeira improvisada como palanque, as primeiras palavras de Vicentinho foram “essa surpresa foi muito forte para mim, vocês são foda, minha gente”.

Quando começou a falar, sua voz ficou embargada. Disse que os ataques que sofreu foram gestos “covardes” e “fascistas”, e defendeu as negociações. Prometeu “parar o país se for preciso, para garantir os direitos dos trabalhadores”.

Dezesseis oradores subiram na cadeira para dar apoio a Vicentinho. O presidente da CUT também recebeu um buquê de flores enviado por sua mulher, Roseli, com um bilhete: “Meu querido companheiro, saiba que você está no caminho certo. Eu o amo muito, viu?”