

## **Problemas e Desafios da Pesquisa no Domínio de "Discurso e Media"<sup>1</sup>**

**Giovandro Marcus Ferreira**  
**Universidade Federal da Bahia, Bahia, BA<sup>2</sup>**

### **I. Evolução dos estudos Discurso e Media**

A análise do discurso concorre na história das teorias da comunicação como uma fileira que ajuda responder aos problemas levantados nos estudos mediáticos. O mais corriqueiro nos estudos dos media é a problemática e os modelos oriundos dos trabalhos de sociólogos e filósofos. Uma indagação que atravessou o século XX e ainda bate as nossas portas, pode ser apresentada da seguinte maneira: O que os meios de comunicações fazem com a sociedade e os indivíduos? A partir desta indagação, poderemos visualizar como resposta o modelo hipodérmico (bullet theory), o modelo de Lasswell (quem, diz o que, através de que canal, para qual público), a abordagem empírico-experimental (fatores ligados à mensagem e ligados à audiência) a abordagem empírico de campo ou dos efeitos limitados (two step flow), a teoria funcionalista, a teoria crítica, entre outras. Os teóricos deste elenco de abordagens são os presentes nos nossos manuais das disciplinas introdutórias e teóricas dos cursos de comunicação.

Porém, podemos desdobrar o panorama das abordagens que compõem o quadro de teorias da comunicação se juntarmos as abordagens precedentes – fileira comunicação de massa – a outras que buscaram responder aos questionamentos ligado ao controle da informação, como também o de caracterizar o funcionamento da comunicação no interior de grupos sociais. Esta nova fileira pode ser denominada “comunicação interpessoal”. Neste agrupamento de teorias podemos situar abordagens como gatekeeper (selecionadores da notícia), a teoria da informação (teoria do rendimento), a escola de Palo Alto com Bateson e seus discípulos, os ritos de interação de Ervin Goffman entre outras.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP Teorias da Comunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Coordenador do CEPAD e professor associado e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.



Nossa exposição tem como objetivo de caracterizar e ressaltar os desafios que norteiam a pesquisa de comunicação numa terceira fileira, oriunda das contribuições da lingüística e da Semiótica, onde vamos situar a análise do discurso. As indagações desta fileira em relação aos produtos e linguagens mediáticas recuperam questões que atravessaram século em relação a outros discurso e domínios de estudos: como caracterizar o sentido de um discurso? Quais são os critérios para tal investida no interior de um texto? O sentido se revela pelo o que é dito ou pela maneira de dizer? Quais aspectos extra-texto que poderemos levantar como variáveis para a construção do sentido de um discurso?

A perseguição em busca de respostas para estas e outras questões, da fileira “discurso e media”, podem ser classificadas em três etapas ao longo das últimas décadas de estudos dos mass media: (I) a fase imanentista, (II) a produção de sentido pela enunciação e pelas condições de produção e (III) O discurso e suas condições de produção e reconhecimento.

Na fase imanentista o eixo da reflexão gira em torno do binômio denotação-conotação, onde os objetos dos mass media sob a aparência de inocentes “reflexo”, reforçam as visões e os valores reinantes na sociedade da burguesia triunfante. O intuito da reflexão é de desvendar as estruturas por trás das mensagens, onde “tudo significa”, que leva ao processo de reinterpretação do signo, levando Barthes ao estudo do mito hoje. No seu livro “Elementos de semiologia”, Barthes faz uma relação entre signo e mito dizendo que “pelo simples fato de existir socialmente, todo uso do signo se converte em signo desse uso”. Os estudos foram diversos no âmbito dos mass media e os desafios, nesta etapa, foram, sobretudo, de ultrapassar a barreira de uma visão interna ou internista do objeto analisado, como também fazer uma análise menos dependente do background do pesquisador, ou seja, uma abordagem que explicitasse mais o método utilizado em detrimento da exposição cultural do pesquisador.

A segunda fase, caracterizada como a produção de sentido pela enunciação e pelas condições de produção, podemos situar inicialmente uma contribuição de Christian Metz. Ele realiza um gesto capital, na revista *Communication*,<sup>3</sup> que denuncia a busca estéril da unidade mínima, que leva ao distanciamento da noção de Saussure de “signo”, ao mesmo tempo a noção de “código”. O núcleo duro da análise passa a ser as mensagens, parâmetro para se pensar sua organização na produção e na recepção, e não

---

<sup>3</sup> METZ, C., “*Para além da analogia*”, **A análise das imagens** – novas perspectivas em comunicação 8, Petrópolis, Vozes, 1973.

o código que outrora servia de pedra angular para balizar a interpretação. A resistência ao estruturalismo busca desviar do conceito de estrutura, da noção de código, ficando diante do agenciamento das mensagens provenientes da história e da sociedade. Eis algumas questões que norteavam o novo estágio de estudo semiológico: Como operar configurações, como se dar conta dos agenciamentos das mensagens que se busca analisar? Qual é a natureza das regras operatórias que as mensagens constroem ao longo do tempo?

Neste contexto que aparece a problemática da enunciação, que torna possíveis três avanços: (1) a definição de novos parâmetros de análise, (2) o estabelecimento de novas relações (para se pensar certo tipo de matéria significativa, a fotografia, por exemplo, e a relação entre diferentes matérias significantes, e sobretudo, (3) a articulação das mensagens analisadas e o ambiente sócio-cultural

A enunciação desloca igualmente no interior da lingüística a problemática estabelecida de maneira diacrônica para uma perspectiva sincrônica acerca da apropriação da língua, da produção de mensagens. Como o sujeito falante se apropria da língua? Como o enunciador e o destinatário estabelecem relação a partir do ato de linguagem?

Na virada dos anos 60 para os anos 70, observa-se, então, dois movimentos simultâneos. Um novo front aberto pela enunciação, que irá mobilizar analistas do discurso nesta direção, entre outros, Roland Barthes com a publicação de “Sade, Fourier, Loyola” e um outro deslocamento em direção ao engendramento e à produtividade textual. Esta segunda fase – ou semiologia de segunda geração – remonta do texto às condições de sua produção. Uma obra inaugural, neste sentido, ocorre em 1969, com a publicação de **Σημειωσις** “Recherches pour une semanálise”, de Julia Kristeva.<sup>4</sup> A semanálise, segundo Kristeva, é uma teoria da significação, onde o texto será um certo tipo de produção de significante, que ocupará um lugar preciso numa ciência que precisa ser definida. Como a semiótica, a semanálise se aterá ao signo, portanto, com uma diferença já que a autora apela para o domínio pleiteado, um espaço da significância, no desdobramento em direção às práticas significantes pelo signo, pelo ato de decompor o signo e de abrir no seu interior um novo espaço, um *dehors*.

A terceira e última fase, caracterizada pela relação do discurso e suas condições de produção e reconhecimento, pode ser vista como um avanço no esgarçamento nas

---

<sup>4</sup> KRISTEVA, J., **Σημειωσις** *Recherches pour une sémanalyse*, Paris, Seuil, 1969.

modalidades analíticas entre o texto e suas condições de produção, que já fora realizado na semiologia de segunda geração. Porém, a investida se desdobra também para a recepção, e neste marco se introduz uma outra fase, quer dizer, uma nova etapa dos estudos do discurso. Neste novo estágio, há uma operação metodológica que busca outros elementos que devem constar na análise, mas que não se encontram no corpus. Tais elementos, considerados extra-discursivos, são os elementos que permitem, que dão condições para sua produção e o seu reconhecimento. Estas condições são eivadas de outros discursos, a partir do quais o analista considerará, hipoteticamente, como determinantes para a produção e reconhecimento de um determinado tipo de discurso.

Uma questão aqui se levanta: como considerar um elemento relevante acerca de um determinado tipo de discurso? Para que um elemento seja considerado condição de produção e/ou recepção não é suficiente pleiteá-lo, é preciso que ele deixe pistas na superfície discursiva, levando assim os valores das variáveis postuladas como condições de um determinado tipo de discurso. Se tais condições mudam, o discurso muda igualmente.<sup>5</sup>

Produção e recepção são dois pólos conceituais produtores de sentido. O desnível entre eles é designado com circulação que adquire diferentes formas segundo o tipo de produção significativa almejada. A circulação é o conceito oriundo de um modelo que posiciona o discurso entre seu engendramento e seus efeitos. Nestes termos o que tradicionalmente se estuda como marcas lingüísticas, nesta nova metodologia passam a ser traços ou pistas da operação de engendramento e/ou então de reconhecimento, que definem o sistema de referência das leituras possíveis. A noção de circulação oferece ao modelo analítico uma dinamicidade acerca da variação do investimento de sentido nas matérias significantes ao longo do tempo<sup>6</sup>, ou seja, em outras palavras podemos caracterizar como a variação do ethos, fazendo do sentido uma materialização no tempo e espaço.

## **II. Do contrato de leitura e de comunicação ao racismo na notícia**

Contemplando o que temos feito no CEPAD, iremos destacar como eixos de nossa exposição as metodologias que se articulam a partir da noção contratual, na produção de

---

<sup>5</sup> VERON, E., “*Dictionnaire des idées non reçues*”, in **Connexions**, nº 27, Paris, ARIP.

<sup>6</sup> Idem ibidem.

Patrick Charaudeau e Eliseo Verón, e a análise crítica do discurso, pelas contribuições dos estudos de Teun van Dijk.

A noção de contrato, edificada pelo estudo do discurso, forja outras noções no seu interior. Um contexto, quer dizer, a caracterização ou o diagnóstico de um contexto será a base para a construção de sentido ou propostas discursivas feitas por um suporte de imprensa, por exemplo. As estratégias discursivas, ato de enunciação, matérias significantes estão ancoradas a um contexto ou situação de comunicação que vão vertebrar o posicionamento ou contrato discursivo. As estratégias do discurso da informação formam para Patrick Charaudeau o contrato de comunicação, ou melhor, o contrato de comunicação da informação mediática. A informação mediática é forjada pela sua forma (*mise em forme*) e sua espetacularização (*mise em spectacle*). Para obter o sentido do discurso, é preciso conhecer o conjunto de imposições ou constrangimentos que regem sua construção para tornar-se válida todo o tipo de avaliação.

Todo discurso, incluso o discurso da informação mediática, tem seu espaço de limitações, imposições, onde a comunicação deve ser validada. Por isso, que em certos lugares cria-se à expectativa de ouvir um discurso político e não religioso, ou vice versa, ou então, o discurso jornalístico e não o publicitário. Os discursos estão regidos pelo espaço de limitações, mas também há espaço de estratégias, um leque de ações discursivas possíveis.<sup>7</sup>

Assim, o discurso se exerce na intencionalidade daquele que fala e organiza-se num espaço de limitações e de estratégias na interdependência entre os espaços interno e externo. Três níveis estruturam tais espaços: (1) o situacional, (2) o comunicacional e (3) o discursivo.

O situacional é considerado o externo, que evidencia ao mesmo tempo limitações, determinando a finalidade do ato de linguagem (a gente está aqui para dizer o que?), a identidade dos parceiros (Quem fala a quem?), o domínio do saber (a propor de que?), o dispositivo das circunstâncias materiais de espaço / tempo (Em qual quadro físico de espaço e de tempo?).

---

<sup>7</sup> CHARAUDEAU, P., **Langage e discours**, Paris, Hachette, 1983.

O comunicacional é o nível da maneira ou modo de dizer, escrever, em função dos dados do situacional, respondendo a seguinte questão: Estamos aqui para dizer de que maneira?. Tal questão suscita os “*papéis languageiros*”, segundo Charaudeau, do sujeito comunicante ou interpretante, a justificação à palavra (finalidade), que mostra sua “identidade” e lhe permite de tratar um certo tema (assunto), em certas circunstâncias (dispositivo).

O discursivo, apreendido ao nível do sujeito enunciativo, deve satisfazer as condições de legitimidade (princípio de alteridade), de credibilidade (princípio de pertinência) e de capacitação (princípio de influência e de regulação). Neste quadro metodológico, a análise do discurso consiste em caracterizar os comportamentos languageiros (como dizer) em função das condições psico-sociais que os constroem, segundo o tipo de situação de troca (contrato). Nesta perspectiva, a análise do discurso investe nos comportamentos languageiros possíveis e nos comportamentos efetivos, determinando assim, as características do gênero a que pertencem os textos, as variantes do gênero (tipologia) e as estratégias particulares que se encontram nos textos e que projetam o contrato de comunicação.<sup>8</sup>

O discurso da informação é articulado no interior da noção de contrato de comunicação levando em consideração a produção (instância de produção), a interpretação (instância de recepção) e o produto. A partir dos constrangimentos de diferentes modalidades do situacional, comunicacional e discursivo, abre-se um outro espaço para ser investigado que é este das estratégias em torno das características da informação mediática. Tal abordagem trata a máquina mediática e o discurso da informação a partir de uma complexidade em diversos níveis abordados, ou seja, a partir da produção, do produto e da recepção, onde o discurso da informação é visto a partir do paradoxo de suas finalidades: ele busca informar, ao mesmo tempo, que ele deve igualmente captar, seduzir seu público, segundo as articulações vistas a partir dos espaços de imposições e estratégias.<sup>9</sup>

Nesta discussão acerca do discurso de informação, Charaudeau tem o mérito de esboçar na sua metodologia uma complexa e pertinente discussão entre o situacional e o

---

<sup>8</sup> Idem ibidem.

<sup>9</sup> CHARAUDEAU, P., **Le discours d’information médiatique**, Paris, INA / Nathan, 1997.

lingüístico. Ele busca um caminho que diferencia, de um lado, da sociologia da linguagem que predomina à situação de comunicação em detrimento do ato de linguagem, na tradição de William Labov<sup>10</sup>, de Pierre Bourdieu<sup>11</sup>. De outro lado, dos estudos de pragmática de discípulos de Austin, inspirados nos atos de linguagem como performativos, que restringem e subjagam a situação de comunicação.<sup>12</sup>

Seguindo os estudos de Oswald Ducrot, Kerbrat-Orecchioni entre outros, Charaudeau propõe um modelo integrador entre o lingüístico e o situacional que elencamos acima a partir do estudo do contrato de comunicação.<sup>13</sup> É relevante a investida deste pesquisador na ampliação do estudo do discurso, que é aprendido na articulação desses dois espaços construídos numa relação de interdependência e reciprocidade. Porém, como lingüista, Patrick Charaudeau não avança nos seus estudos do discurso em materiais que extrapolam o verbal, além de tal abordagem, investir de maneira tímida sobre a instância da recepção. No entanto, seu apelo em direção da hermenêutica de Ricoeur, da lingüística de Ducrot e de Kerbrat-Orecchioni, dos estudos da notícia de Mouillaud e van Dijk, da reflexão acerca dos meios de comunicação de Louis Quere, entre outros, têm certamente ajudado enriquecer a reflexão em torno da informação mediática.

Eliseo Veron constrói, a partir do estudo do discurso jornalístico, a noção de contrato de leitura. Ele trabalha com a perspectiva de análise *dos* discursos, onde o discurso, ou melhor, as matérias significantes são analisadas a partir de comparações. Para Veron o discurso mediático é constituído de matérias significantes, que são lugares de investimento de sentido (a linguagem propriamente dita, a fotografia, a composição da página de um jornal...). Igualmente destaca que a noção de discurso vai além da noção de texto. Este último representa o conjunto significativo ou um pacote de matérias significantes. Já a noção de discurso implica em um certo número de postulados que

---

<sup>10</sup> LABOV, W., **Sociolinguistique**, Paris, Editions de Minuit, 1976.

<sup>11</sup> BOURDIEU, P., **Ce que parler veut dire**, Paris, Fayard, 1984.

<sup>12</sup> AUSTIN, J. L., **Quand dire, c'est faire**, Paris, Editions du Seuil, 1970.

<sup>13</sup> “Se o lingüístico não pode só definir o sujeito falante, o sociológico não é, por sua parte, sobredeterminante. O sujeito falante constrói sua identidade languageira no ponto de encontro do situacional e do lingüístico num quadro de pertinência comunicativa”. Ver CHARAUDEAU, P., *La conversation entre le situationnel et le linguistique*, in **Connexions**, N° 53, ARIP-ERES, 1989.

apreende o texto de uma determinada maneira, ou seja, as estratégias de análise das matérias significantes em questão.<sup>14</sup>

A ênfase do plural – análise dos discursos – já coloca igualmente em evidência a contextualização dos discursos, onde a produção, a circulação e o engendramento dos efeitos se realizam no interior da sociedade, na presença e concorrência de outros discursos. A tipificação de discursos, a identificação de classes, a descrição da economia de funcionamento, tudo isso exige comparação e a relação entre discursos. Logo, a análise é sempre uma análise dos discursos.

Assim, a análise discursiva será sempre a análise dos discursos sendo colocado em evidência seus desníveis, suas diferenças discursivas (*écarts*) pela variedade de construção no tocante ao espaço-tempo do sentido. Um conjunto discursivo é apreendido a partir de duas diferentes instâncias: a instância de produção e a instância de reconhecimento. O conjunto complexo de regras, que compõe estas duas instâncias discursivas, forma as gramáticas de produção e de reconhecimento, e estas designam, por sua vez, as operações que permitem descrever os constrangimentos do engendramento de sentido e os resultados que possibilitaram uma certa leitura (que nada mais é do que uma outra produção discursiva).

A gramática de produção representa as regras de engendramento de um discurso ou tipo de discurso. Para sua caracterização, Veron cunha o conceito de ideológico, que designa uma dimensão da análise do funcionamento do discurso, que é o sistema de relação entre o discurso e suas condições de produção. A gramática de reconhecimento é o conjunto de operações que descreve as “leituras”. Para caracterizar os efeitos de sentido do discurso, Veron trabalha com o conceito de poder, que está intimamente ligado ao conceito de ideológico, este último forjado a partir da gramática de produção. A noção de poder<sup>15</sup> abarca uma dimensão de todo o discurso, visto agora pelos efeitos que ele gera em diferentes contextos sociais. A problemática a partir do reconhecimento interroga como e porque um mesmo discurso não tem o mesmo poder, não produz os mesmos efeitos em contextos sociais diversos.

---

<sup>14</sup> VERON, Eliseo, **Dictionnaire des idées non recues**, Paris, Connexions, n° 27, ARIP, 1978.

<sup>15</sup> “Não se pode confundir esta noção de poder, com a problemática do político. Este último pode ser considerado como um tipo de discurso, caracterizado pela sua relação específica a um funcionamento social particular, este da rede institucional do Estado.” Idem *ibidem*, p. 132.



As operações originadas pela noção de circulação discursiva, pelo viés dos dois pólos conceituais - produção e reconhecimento – evidenciam um conjunto de traços que caracterizam os discursos, denominados “invariantes referenciais”. As “invariantes referenciais” de um discurso representam os fragmentos que forjam a identidade de um discurso e os elos que ligam um suporte a seu público, no caso do suporte de imprensa aos seus leitores. O conjunto de “invariantes referenciais” de um discurso determina a proposta ou contrato que é oferecido ao público visado.<sup>16</sup>

O contrato de leitura de um suporte de imprensa é o conjunto de traços de seu discurso apreendido através da análise (1) *da regularidade das propriedades descritas* - propriedades relativamente estáveis do discurso, encontradas em diferentes temas; (2) *da diferença obtida pela comparação entre suportes* – busca das semelhanças e diferenças a partir das características discursivas de cada suporte estudado; e por fim, (3) *da sistematização das propriedades contidas em cada suporte* – configuração do conjunto das propriedades a fim de fazer emergir o contrato de leitura desses suportes estudados, identificando os pontos fortes e fracos, as “zonas de ambigüidades” e as supostas incoerências.

Segundo Veron, a noção de contrato evidencia as condições que une a mídia aos seus consumidores; e o objetivo do contrato nada mais é do que a busca de preservação do hábito de consumo, no caso, do consumo de um suporte de imprensa.

A novidade encontrada nesta metodologia é a indeterminação relativa entre produção e reconhecimento do discurso. Para efetuar esta análise, articula-se duas técnicas: a análise semiológica de um ‘corpus’ e a análise sociológica qualitativa (entrevistas semi-diretivas ou grupos de projeção).

Estudar este tipo de relação entre as “partes” do discurso é analisar as condições e as determinantes da leitura. A leitura que era desconsiderada em estudos de outrora, é colocada em destaque na perspectiva da circulação entre a produção e reconhecimento

---

<sup>16</sup> VERON, E., “L’analyse du ‘Contrat de Lecture’: une nouvelle methode pour les etudes de positionnement des supports presses” in **Les medias, experiences, recherches actuelles, applications**, Paris, IREP, 1983.



do discurso. É na teoria da enunciação que se encontram os fundamentos para o desenvolvimento do contrato de leitura.

O discurso da imprensa escrita, a partir da noção de matérias significantes, se apresenta sob a forma de material verbal, imagem e layout (composição das páginas). É preciso, então, levar em conta esta complexidade discursiva para descrever o sentido engendrado nos suportes de imprensa, observando igualmente os sistemas de representações ligados às estruturas institucionais e às modalidades dos destinatários.

O tipo de discurso da imprensa é legitimado socialmente e “autorizado” a produzir do real (construção de eventos) pelas vias de suas estruturas institucionais (suportes organizacionais, rede tecnológica, sistema de normas que modela a profissão de jornalista...) e relações sociais, onde são forjadas as modalidades de construção de um destinatário genérico, através da organização do espaço-tempo do jornal.

O tipo do discurso jornalístico obedece a uma tradição enquanto um ramo da produção cultural submetido, depois de algum tempo, as leis da concorrência. O contrato de leitura é forjado pela lei de mercado. Três níveis de dispositivos são observáveis na produção dos discursos jornalístico, que fazem desse discurso mercadoria definida pelo seu valor.

- A produção dos leitores: características que tornam possível a definição de um conjunto dos leitores por um certo suporte de imprensa. A produção dos leitores se faz através das percepções-representações dos atores sociais implicados na produção do título de referência enquanto produto.

- Posicionamento do suporte em relação aos concorrentes: A produção dos leitores, que acabamos de descrever, ocorre numa situação de concorrência. Esta situação que faz o elo – contrato de leitura – entre o suporte de imprensa e seus leitores, se estabelece num contexto onde os suportes de imprensa edificam suas estratégias a partir da interdeterminação.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> FERREIRA, Giovandro, “O contrato de comunicação dos jornais de Vitória-ES (1988 a 1993)”, in **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, nº 1, Vol. XXII, São Paulo, Intercom, janeiro / junho de 1999.

- Valorização dos leitores junto aos anunciantes: A produção dos leitores é valorizada pela representação particular do discurso do jornal junto às diversas categorias de anunciantes. Esta valorização é afetada pelos constrangimentos de vários tipos, já que a perspectiva dos anunciantes coloca quase sempre em jogo outros interesses.

Como fruto de tal contexto, o discurso jornalístico, produzido numa situação de forte concorrência, é levado pela orientação do mercado em direção à homogeneização da oferta, onde reina uma variedade de produtos idênticos, sobretudo no tocante ao conteúdo. As zonas de concorrências se desenvolvem sob uma dupla tensão: há um processo de homogeneização dos produtos, de um lado, e uma necessidade de colocar em relevo as diferenças entre os produtos concorrentes, de outro. O processo de homogeneização no interior das zonas de concorrência é também acompanhado pela multiplicação dessas zonas de concorrência (segmentação da imprensa).

A análise dos discursos da imprensa, segundo Veron, oferece, como outras abordagens anteriores, uma visão de discurso jornalístico numa perspectiva interdisciplinar, no caso específico, um entrosamento entre a semiologia e a sociologia. Ele avança, igualmente, numa perspectiva que leva em consideração a complexidade do discurso jornalístico impresso, em particular, cunhando o conceito de matérias significantes para dar conta da construção de sentido engendrado neste tipo de discurso mediático.

A análise dos discursos de Veron também avança no que toca às implicações mercadológicas na produção do discurso jornalístico, trabalhando com a noção de zona de concorrência como parâmetro para estudar suportes de imprensa em disputa pelo mesmo mercado. Porém, gostaríamos de fazer duas observações.

Nós defendemos que os lugares ocupados pelos sujeitos discursivos, a partir da teoria da enunciação, são plenos de sentido para explicar a evolução sócio-cultural. Mas esta posição não exclui uma maior presença dos sujeitos empíricos (sociais) nas investidas de estudo para a descrição do engendramento do sentido. Os sujeitos sociais e discursivos dispõem nos seus lugares próprios de dinâmicas específicas, porém eles se encontram num mesmo processo de significação. É preciso, talvez, repensar a circulação discursiva – produção e reconhecimento – a partir do círculo hermenêutico proposto por Ricoeur para dar maior densidade aos aspectos que ultrapassem o suporte de imprensa, mas que interferem na relação com os leitores. Provavelmente, a zona de concorrência sofre influência que o discurso do suporte de imprensa desconhece.



A segunda observação é uma consequência da primeira. Os produtos estão em concorrência, no caso produtos de comunicação – jornal, revistas... mas a concorrência não se limita as características engendradas no suporte. Observa-se que as estratégias de concorrência passam pelos produtos e também por caminhos que extrapolam suas fronteiras. Os estudos acerca da noção de marca têm ressaltado que o seu valor de representação está além da soma de sentido que circula nos produtos de um empreendimento.<sup>18</sup> Quando buscam-se as respostas para o sucesso ou o insucesso de um suporte de imprensa através do contrato de leitura restrito às suas estratégias discursivas em confrontação com as de seus concorrentes, não estaria tornando ociosa a indagação com a resposta ofertada?

O que tudo indica, as propostas interdisciplinares do estudo do discurso representam uma boa abertura para se repensar e sistematizar estes novos caminhos ávidos a serem percorridos. Tais investidas são típicas do fazer científicos, onde as perguntas têm um impulso que vai, muitas vezes, além das respostas ofertadas. Apesar deste descompasso, parte do caminho já foi feito e dificilmente, as respostas do passado poderão oferecer a segurança e tranquilidade de outrora.

Um dos expoente na Análise Crítica do discurso, no tocante ao estudo dos mass media, é Teun van Dijk. O discurso, enquanto notícia para van Dijk, tem a pretensão de ser considerado dentro de um marco amplo (social, econômico e cultural) como uma forma particular de prática social e institucional. Esta prática discursiva de produção e compreensão da notícia é por ele analisada através de dois patamares: o textual e o contextual. O primeiro patamar de análise (textual) busca ressaltar as diferentes estruturas do discurso jornalístico nos mais diversos níveis. Já o patamar contextual destaca os fatores cognitivos e sociais, as condições, os limites ou as consequências destas estruturas textuais e de forma indireta, seu contexto econômico, cultural e histórico.<sup>19</sup>

A proposta de Van Dijk em considerar a notícia como uma forma específica de discurso e, portanto, como um tipo específico de prática social permite com que ela seja estudada de uma forma mais explícita e sistemática. Segundo Teun van Dijk, a maior parte dos

---

<sup>18</sup> Andréa Semprini tem ajudado a pensar a marca a partir de uma abordagem semiótica. Podemos destacar algumas de suas publicações: SEMPRINI, Andrea, **Le marketing de la marque**, Paris, Editions Liaisons, 1992. **La marque**, Paris, PUF, 1995. **Analyser la communication**, Paris, L'Harmattan, 1996.

<sup>19</sup> Idem ibidem.

estudos acerca da notícia se concentrou em um tipo de contexto: o contexto sócio-econômico. Van Dijk propõe ocupar um espaço não abordado sob os pontos de vista citados anteriormente. Este novo espaço ele chama de interface sócio-cognitiva que se situa entre o texto e os contextos sócio-econômicos. Esta interface é o meio pelo qual os produtores e usuários da notícia participam do processo de comunicação.

Embora Teun van Dijk continua arraigado aos conceitos da lingüística de onde inicia suas investigações científicas, ele avança no estudo do discurso articulando, sobretudo com a psicologia cognitiva e os estudos feitos em torno da IA – inteligência artificial. A metodologia aplicada por van Dijk divide a notícia em dois níveis, microestrutura e macroestrutura ou como ele também denomina a coerência discursiva local e global.

Neste dois níveis ele recorre ao instrumental da gramática através de dois eixos, a sintaxe e a semântica. Através da sintaxe, ele busca descrever a construção das orações e através da semântica o significado edificado pelas palavras, orações e discurso. A semântica lhe oferece dois pontos fundamentais, caracterizados como o intencional e o extencional, em ambos se busca a relação entre os significados e os fatos aos quais são referidos. O recurso da pragmática, na análise dos atos de linguagem, vai evidenciar que tais atos são de cunho social, representam determinada sentença em relação a uma situação específica. No que toca ao estilo, a escolha feita pelo falante, na organização discursiva através das várias opções que ele dispõe, vai ressaltar o tipo de inserção e que papel tal discurso terá num determinado contexto. A retórica é um outro sub-componente teórico, que oferece, por sua parte, um instrumental para analisar os aspectos persuasivos do discurso, bastante utilizado pelo autor em estudos de editoriais.

Todo este aparato teórico supõe, segundo van Dijk, uma análise extensa, numa integração do texto e do contexto, onde o uso de um discurso em uma situação social determinada, é também, um ato social. A interpretação e a interação, bem como a descrição dos contextos cognitivo e social, são funções importantes de análise do discurso. Assim, Teun van Dijk investiga de que maneira os processos cognitivos, sobretudo, irão influir sobre a produção e a compreensão das estruturas discursivas e como estas, por sua parte, irão influir e serem influenciadas pela situação social.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Idem ibidem.



As macroestruturas representam a organização global da notícia. Van Dijk busca ressaltar a construção do sentido ao nível do macrofenômeno, como ele mesmo afirma, utilizando, sobretudo, uma teoria de macroestrutura semântica.<sup>21</sup> As macroestruturas são conjuntos organizados de proposições, ou melhor, de macroproposições, que correspondem a temas e assuntos de um determinado texto.

As macroestruturas da notícia não podem atuar sem um complemento cognitivo, pois elas são forjadas por regras (macrorregras) que através de sumarização agem sob a forma de apagamento, supressão, generalização. Elas reduzem uma estrutura que tem um sentido complexo, mas tal ação ocorre na macroestrutura da notícia. Um exemplo claro do exercício de macrorregas ocorre na elaboração de título, de lead entre outros que são *sinais adequados* (grifo do autor) para ressaltar as informações mais eficazes do texto.<sup>22</sup>

Nesta perspectiva (macro) o discurso também é explorado por van Dijk de uma maneira mais estrutural, ou melhor, ele busca fazer um estudo menos genérico do texto, observando as estruturas temáticas no discurso da notícia. Para o autor, a estrutura dos temas “*representa uma coleção formal ou subjetiva de tópicos, cada um dos quais organiza parte dos sentidos do texto*”.<sup>23</sup> Os jornais podem exprimir e atribuir uma hierarquia temática por meio das partes que compõem a notícia (manchete, título, subtítulo, olho, legenda...), a relação acerca da causa, situação, consequência... do tema ou assunto em questão.

A partir da estrutura proposta, van Dijk evidencia o papel do leitor na compreensão da notícia. O leitor não recebe os pormenores através da estrutura da notícia, por razões diversas, elencadas acima. Ele irá reconstruí-los através de seus conhecimentos adquiridos anteriormente.<sup>24</sup> Teun van Dijk denomina *modelo de situação* na memória, a

---

<sup>21</sup> VAN DIJK, Teun, **Cognição, discurso e interação**, São Paulo, Contexto, 1992.

<sup>22</sup> Idem ibidem.

<sup>23</sup> Idem ibidem, p. 136.

<sup>24</sup> Numa outra passagem, Teun van Dijk diz que “*as pessoas contam também com um modelo mental específico do contexto comunicativo presente, o que se pode chamar um modelo contextual que caracteriza a informação acerca das metas do discurso, seus atos comunicativos e as propriedades do público... O modelo contextual administra o aspecto interativo e comunicativo do discurso e relaciona o discurso com situações e estruturas sociais.*” VAN DIJK, Teun, “*El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso*”, in JENSEN, K. B. e JANKOUSKI, N. W. (ed.), **Metodologias qualitativas de investigación em comunicación de masa**, Bosch Comunicación, Barcelona, 1993, p. 146.

representação que o leitor guarda de experiências e informação sobre uma determinada situação. De maneira cognitiva, a leitura de uma notícia leva a construção de um modelo particular da situação ou do evento tratado no texto. Por meio deste texto, ele atualiza modelos mais gerais. Em última instância, tais modelos podem servir para forjar ou modificar *frames* mais abstratos, ou seja, outras abordagens acerca de temas ou tópicos mais amplos, onde a situação ou o evento tratado se insere.

Além da metodologia proposta, van Dijk diz ter começado a fazer “análise do discurso de maneira séria” quando ele busca de relacionar notícia e racismo, ou melhor, racismo na notícia, onde o discurso faz parte do problema do racismo. Ele é construído também através do discurso. A imprensa é um dos lugares de produção e reprodução do racismo. A análise do discurso jornalístico contribui, então, para entender a manifestação do racismo como forma de dominação social, expressando, justificando e reforçando a desigualdade social e a concentração de poder.

Nesta perspectiva, ele questiona: Quais são as estruturas do discurso racistas através da notícia? Como ele reposiciona diferenças numa escala de valor? Seguindo estas e outras indagações, ele observou na imprensa inglesa que as estruturas da notícia (manchetes, títulos, lead, olho...) são, muitas vezes, elaborados tendo em vista dois campos separados, nós e eles. Nós (brancos, ingleses, respeitadores das leis...) e eles (negros, estrangeiros, costumes bárbaros...). A partir desta perspectiva, haverá uma ênfase nas estruturas da notícia das *nossas coisas boas* e igualmente uma ênfase das *coisas más deles*. Obscurece as *coisas boas deles* como também as *nossas coisas más*. Todos estes aspectos se tornam observáveis nos temas publicados, nas formas retóricas, nas metáforas e outras figuras de linguagem.<sup>25</sup>

O estudo de Teun van Dijk se atem igualmente aos seus diferentes elementos que compõem à notícia. No levantamento feito dos títulos, percebeu-se que nenhuma manchete tinha sido positiva em relação a *eles*. Em contra partida, elas eram repletas de bons aspectos em relação a *nós*. Outro componente analisado da estrutura discursiva foi referente às citações. A orquestração das citações, do direito a palavra nas informações, isto é, o discurso direto, o *eles é* representado, de um lado, por alguém branco

---

<sup>25</sup> Ver entre outros: VAN DIJK, T., **Racismo y análisis crítico de los médios**, Barcelona, Paidós, 1997.

(advogado, ong...) ou então, de outro, por seus representantes extremistas (movimentos radicais...). Dificilmente por integrantes moderados que fazem parte dessas comunidades minoritárias. A articulação desses vários aspectos entranhados na estrutura da notícia vai cunhar a ideologia que solda as informações de certos jornais acerca das minorias na Inglaterra (negros, estrangeiros...)<sup>26</sup>

Teun van Dijk (e outros pesquisadores da análise crítica do discurso, como Normam Fairclough) não avança nas suas análises nas diversas matérias significantes que compõem o discurso jornalístico impresso em particular (layout, fotografia, gráfico, desenho...), sem falar em outras matérias quando a informação é radiofônica ou televisiva. Além desses aspectos, os pesquisadores da análise crítica do discurso em geral, e Teun van Dijk em particular, voltam com o conceito de ideologia para o centro de suas metodologias e fundamentações teóricas. Diferentemente, das abordagens precedentes, em especial a adotada por Eliseo Verón, a ideologia passa a ter um aspecto teórico relevante e não mais um caráter descritivo. Tal mudança deixa marcas nos estudos de análise do discurso, em particular nas análises de produtos e linguagens mediáticas levando-as, como outrora, a ter uma forte marca da postura missionária de seus pesquisadores, sendo muitas vezes, a pesquisa sacrificada nos seus frágeis andaimes de uma busca de maior cientificidade, dificultando ainda mais a busca de uma postulação disciplinar, levando, sobretudo, em consideração o patamar de uma discussão epistemológica.

---

<sup>26</sup> Idem ibidem.