

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

GUIDELINES FOR ANALYSIS DISCOURSE IN JOURNALISM

DIRECTRICES PARA EL ANÁLISIS DEL DISCURSO EN EL PERIODISMO

Guilherme Carvalho

Jornalista e doutor em sociologia, professor do Centro Universitário Uninter

Resumo

Este artigo apresenta uma proposta para a utilização da Análise de Discurso a partir de um debate epistemológico sobre esse método de pesquisa. Pensando-se a respeito dos três conceitos centrais (signo, ideologia e enunciação) e suas relações com o jornalismo, propõe-se a organização de categorias a serem investigadas no discurso. Por fim, tomando como exemplo de um elemento para análise de discurso um editorial do jornal Gazeta do Povo, o método é aplicado, tendo como foco a pesquisa em jornalismo.

Palavras-chave: Análise de discurso. Jornalismo. Método.

ABSTRACT

This article presents a proposal for the use of Discourse Analysis from an epistemological debate about this research method. Thinking about the three central concepts (sign, ideology and enunciation) and their relations with journalism, it is proposed the organization of categories to be investigated in the discourse. Finally, an editorial from the newspaper Gazeta do Povo was taken as an example of an element for the Discourse Analysis. The method was applied with focus on the research in journalism.

Key words: Discourse Analysis. Journalism. Method

RESUMEN

Este artículo presenta una propuesta para la utilización del Análisis del Discurso desde un debate epistemológico acerca de este método de investigación. Pensando respecto a los tres conceptos centrales (la señal, la ideología y la enunciación) y sus relaciones con el periodismo, se propone que la organización de las categorías que serán investigadas en el discurso. Por último, tomando como ejemplo de un elemento para análisis del discurso un editorial del diario "Gazeta do Povo", el método aplicado, teniendo como foco la investigación en el periodismo.

Palabras-clave: Análisis del discurso. Periodismo. Método.

INTRODUÇÃO

A busca por métodos de análise que permitam ao jornalismo estabelecer recursos legítimos para a produção científica tem provocado os pesquisadores a procurar nas ciências correlatas mecanismos para o desenvolvimento de trabalhos acadêmicos que assegurem à ainda imatura ciência do jornalismo reconhecimento e legitimidade. Em boa parte, esta busca exige que os pesquisadores se voltem para métodos desenvolvidos para outras áreas que se aproximam do objeto de estudo, ou seja, do conteúdo noticioso. Da linguística recupera-se a Análise de Discurso (AD) a partir da qual é possível estabelecer uma relação de conceitos e procedimentos que podem ser aproveitados para o jornalismo.

A AD faz parte desta tentativa semiológica de interpretar o mundo através da comunicação, oferecendo mecanismos para a sua compreensão não apenas como método de coleta e análise de dados, mas ao definir a maneira como o trabalho é realizado, constitui-se também como uma proposta metodológica que se consolida como base conceitual e teórica para os estudos. Este esforço, entretanto, exige um olhar sobre algumas especificidades do discurso no jornalismo.

Em primeiro lugar, a notícia não é qualquer texto. Ela segue a determinados padrões técnicos, inclui uma série de outros interesses, entre eles o da sua comercialização, a visão de mundo dos próprios jornalistas e um modo de fazer determinado por uma rotina própria. Estas questões já foram abordadas por teorias que consolidam a área acadêmica e ratificam o uso de certas ferramentas de pesquisa que aponta para práticas possíveis para o desenvolvimento científico na área. (PENA, 2008).

Portanto, mesmo que a Análise de Discurso em sua proposta tradicional possa ser entendida como um método bastante eficaz para o estudo de textos é fundamental compreender que sua aplicabilidade ao jornalismo deve considerar determinadas especificidades e que neste sentido há a necessidade de adequar sua proposta para a realidade da construção da notícia.

O texto jornalístico, de modo geral, está cercado pela aura aparente da objetividade. Neste sentido, tem especificidades que devem ser consideradas quando comparado com qualquer outra prosa. A concepção de objetividade no jornalismo não é

consensual. Pesquisadores denunciam a falsa dicotomia entre objetividade e subjetividade cujo intuito é legitimar a prática jornalística.

Não há dúvida que a chamada ‘objetividade jornalística’ esconde uma ideologia, a ideologia burguesa, cuja função é reproduzir e confirmar as relações capitalistas. Essa objetividade implica uma compreensão do mundo como agregado de ‘fatos’ prontos e acabados, cuja existência, portanto, seria anterior a qualquer forma de percepção e autônoma em relação a qualquer ideologia ou concepção de mundo. (GENRO FILHO, 2012, p. 197)

Neste sentido, o jornalismo fornece um campo bastante profícuo para a análise de discurso, cujo principal objetivo é contribuir para que elementos que não estão em evidência sejam notados e suas intenções sejam reveladas.

A preocupação da AD assenta na elaboração de propostas que permitam a classificação de elementos do discurso e que estes possam ser analisados de modo particular e universal. “O discurso é uma das formas em que o materialismo ideológico se concretiza, isto é, é um dos aspectos materiais da ‘existência material’ das ideologias.” (BRANDÃO, 1994, p.37). Se o jornalismo como se conhece se impõe pela valorização da singularidade da produção da notícia, tem-se uma infinidade de elementos a serem observados nas narrativas difundidas diariamente pelos meios de comunicação.

Em segundo, a proposta tradicional para a aplicação de análise de discurso no jornalismo está relacionada quase exclusivamente ao que Lage (2001) denomina como “sistema linguístico”, excetuando, portanto, sistemas analógicos, compostos por ilustrações, desenhos e fotografias, e o projeto gráfico (disposição de conteúdos). Neste sentido, a análise de discurso deveria aplicar-se exclusivamente a conteúdos impressos ou de internet onde se apresentam conteúdos textuais.

Por outro lado, se a imagem compõe uma forma de linguagem, a visual, pressupõe-se que ela pode ser lida, interpretada e que, portanto, produz sentido, significa que a imagem insere-se em um sistema linguístico e que pode ser percebida a partir de uma relação simbólica, da mesma maneira como ocorre com o texto escrito, Neste caso, não há erro em propor a análise de discurso de imagens, sejam elas estáticas ou em movimento, da mesma maneira que o conteúdo transmitido exclusivamente por áudio. Ocorre que o trabalho a ser desenvolvido sobre o texto escrito é muito mais fácil,

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

pela própria acessibilidade ao conteúdo e pela produção já consolidada por outras pesquisas que utilizaram o método, do que outras formas linguísticas.

Ainda sobre esta consideração, deve-se levar em conta que a AD não se fixa no estudo da variedade dos meios de comunicação ou do canal utilizado. Sua proposta não inclui uma análise comparada, por exemplo, entre discursos iguais proferidos em um impresso e por rádio. Do ponto de vista dos *Mass Communication Research*¹, a análise de discurso está definida como um método de análise dos chamados emissores, portanto, não importa a análise dos efeitos a partir da qual é possível detectar diferentes recepções de uma mesma mensagem. Trata-se de uma proposta de estudo que liga o pesquisador ao receptor da mensagem a partir da qual se estabelece uma relação monológica, onde o pesquisador imagina o que o receptor compreende sobre o discurso.

Mas ainda que o canal não seja historicamente o objeto de estudo para a análise de discurso ou não constitua um fator complementar a ser analisado quando o assunto é o discurso jornalístico, deve-se considerar que o estudo precisa ser elaborado a partir de determinados contextos, nos quais o sentido discursivo está constituído.

É preciso visualizar a estrutura do texto, compreendendo que esta estrutura vem “de fora”: o texto é decorrência de um movimento de forças que lhe é exterior e anterior. O texto é parte visível ou material de um processo altamente complexo que inicia em outro lugar: na sociedade, na cultura, na ideologia, no imaginário. (BENETTI, 2008, p. 111)

É justamente aí que a AD pode contribuir para estabelecer de modo positivo critérios para o estudo capazes de revelar aquilo que não é dito. Mas este dizer o que não está explícito não depende exclusivamente da boa delimitação dos critérios a serem utilizados pela AD. Trata-se também de saber identificar as intenções do autor, de considerar os fatores que determinam a influência sobre a forma como o conteúdo é construído e que definem a versão final que será lida, assistida ou ouvida pelas pessoas.

Neste artigo, elaborado a partir de um capítulo da monografia desta autora intitulada “Imprensa Sindical e o Neoliberalismo: O discurso do jornal Balanço Geral do Sindicato dos Comerciários de Ponta Grossa” e defendida em 2001, resolvi retomar o

¹ Estudos de meios de comunicação de massa que tem como um de seus principais nomes Harold Laswell, para quem a comunicação deve ser estudada a partir de algumas perguntas: quem, diz o que, e que canal, para quem, com que efeito.

tema a partir das dificuldades observadas na pesquisa acadêmica, sobretudo dos alunos de graduação. O que se apresenta aqui é uma proposta para a utilização do recurso, partindo, primeiramente, de um debate epistemológico sobre a AD pensando três conceitos centrais (signo, ideologia e enunciação) e as relações com o jornalismo, seguido da proposta de organização de categorias analíticas a serem investigadas no discurso e, por fim, apresentando um exemplo de análise de discurso tendo como elemento de análise um editorial do jornal Gazeta do Povo, que é utilizado como exemplo da aplicação do método pensando na pesquisa em jornalismo.

Discurso e produção de sentido

Partindo de uma percepção do jornalismo como produção de sentido, pode-se compreender esta atividade como um modo de comunicação que se utiliza dos signos que representam não exatamente aquilo que é, mas o próprio significado do objeto. Quando se fala, por exemplo, da Lua para alguém, não é necessário mostrar a Lua, mas utiliza-se de signos como a própria palavra “Lua”, ou desenhos, ou então representações similares, como sua própria descrição para querer dizer aquilo que se quer: um corpo celeste ou o satélite natural da Terra. Ou seja, as palavras são representações da realidade, assim como se propõe a ser o jornalismo, quando reivindica para si o papel de narrador dos fatos do cotidiano.

Os meios de comunicação, graças ao avanço da tecnologia, ocupam lugar de destaque nas sociedades contemporâneas, cumprindo o papel de formadores. Configuram-se através dos discursos a serem constituídos a partir das manifestações dos vários campos semiológicos, sobretudo o verbal. A linguagem verbal, que inclui entre as suas características a condição de ‘costurar’ esses vários campos, manifesta-se como base fundamental do discurso veiculado por esses meios. O discurso da comunicação, como outros discursos, tem um indivíduo/sujeito, o sujeito comunicador, que assume a palavra, Seu objetivo primeiro é instituir um relato. (MAINGUENEAU, 2001, p.52)

Mesmo a imagem televisionado não é a própria realidade, mas o resultado da captura de imagens de alguns poucos momentos, pequenos fragmentos de um acontecimento que serão compilados ou editados, de modo que possam ser

Revista Uninter de Comunicação, ano 1, n. 1, Jun/Dez 2013 9

reproduzidos e assistidos por indivíduos como se fossem o espelho da própria realidade. “Quando o texto deixa entrever seu autor, ele é considerado ‘subjetivo’ e passa a ser considerado menos digno de credibilidade, até mesmo falso”. (MAINGUENEAU, 2001, p.54)

Mas esta construção se dá a partir de um ponto em comum entre quem constrói a notícia e quem recebe a mensagem. Ela precisa fazer sentido, deve ser capaz de ativar a cognição dos indivíduos de modo que estes possam relacionar aquilo que leem, assistem ou ouvem ao próprio fato. Este processo só é possível porque o jornalismo é, em alguma medida, uma atividade que se define como produtora de sentidos.

Sua prática está tão mergulhada em uma forma própria de fazer, tão rotinizada e determinada, que é possível que o próprio jornalista não compreenda muito bem as intenções que deixa transparecer. Isto ocorre porque o fazer jornalístico constitui-se como uma prática alienada que propõe a observação objetiva a fim de se evitar a contaminação da percepção do jornalista sobre os fatos e manter seu aparente caráter imparcialidade. Sob os preceitos deste “jornalismo cientificizado”, o texto jornalístico se protege das acusações a fim de buscar sua legitimidade, ao mesmo tempo em que silencia sobre a existência de outras intenções que não apenas a da defesa primordial do interesse público.

O discurso está adequado à situação. As palavras tomam sentido ideológico a partir da posição assumida no discurso. A AD questiona a subjetividade no discurso, no sentido de que se constitui como expressão autônoma do indivíduo, uma vez que ele está “contaminado” pela ideologia. O inconsciente, portanto, não pode ser a expressão para o indivíduo. Muitas vezes a interdiscursividade está implícita e o sujeito não sabe que não foi ele quem criou o enunciado.

Observar estas intenções, revelar o que não está dito e definir a trajetória destes discursos e sua genealogia estão entre as principais tarefas do analista de discursos. Antes disso, porém, apontaremos três conceitos centrais para o estudo da análise de discurso: signo, ideologia e enunciação.

Signo

O signo pode ser entendido como algo móvel, determinado pela classe hegemônica ideologicamente. Cada classe procura tornar hegemônico seu significado para o signo. Por isso, o discurso deve ser tomado como uma luta ideológica, onde as classes sociais buscam hegemonia.

O discurso não é estrutura nem acontecimento, mas um processo dialético onde a significação participa de uma disputa de forças que a transforma e a forma diante dos indivíduos.

A significação, portanto, obedece a uma materialidade histórica, mas não somente a ela, e tampouco está determinada aprioristicamente pelo formalismo da língua. Menos ainda ela se impõe pela vontade dos indivíduos. É resultado, antes de mais nada, de uma disputa ideológica entre grupos sociais, com perspectivas ideológicas distintas, ditadas objetivamente pela situação material concreta em que se encontram os grupos sociais, subjetivamente pela visão-de-mundo que comportam seus sujeitos. (CRUZ, 2000, p. 27 - 28)

A partir de Bakhtin², Cruz (2000) encontra algumas considerações importantes sobre o discurso³:

1. A ideologia material é material semiótico cujos valores estão orientados pelas visões de mundo. A ideologia, portanto, não é mera estrutura, é um processo em movimento.
2. Este processo é resultado do fato de que a *psiqué* humana – seja em sua esfera consciente ou inconsciente – constitui-se a partir de uma representação semiótica da realidade.
3. Toda significação interior é resultado da ancoragem de uma nova realidade a ser compreendida, a partir de signos pré-existentes na *psiqué* do sujeito, de modo que esta nova realidade passa a ser apreendida, significada e incorporada representativamente.
4. Uma vez que a estrutura material da sociedade condiciona as formas de disputa ideológica, ela se utiliza de valores mais eficazmente ancorados.

² Mikhail Bakhtin, estudioso russo que se propôs a estudar o discurso.

³ Não se pretende aqui traçar o modelo metodológico que guiará a pesquisa através dos estudos de Bakhtin. Mas buscar referências sobre análise de discurso e que podem colaborar para o processo de construção deste modelo para o trabalho.

*DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE
DISCURSO EM JORNALISMO*

5. A forma como cada indivíduo percebe, decodifica e apreende cada aspecto da realidade é resultado, portanto, de uma dupla experiência dialeticamente conformada. Ele apreende a realidade a partir da significação da sua *psiqué*, fruto de sua experiência individual.
6. Ao incorporar novas experiências, o sujeito altera seu arcabouço psíquico, mas, sobretudo, orientando diferentemente suas ações em relação ao período anterior.
7. O discurso constitui-se como ato de enunciação historicamente condicionado pela dupla dialética da significação: toda enunciação está referenciada numa situação histórico-social concreta; a representação semiótica desta realidade (uma enunciação, por exemplo), busca sintetizar a realidade material a partir de signos pré-construídos socialmente.
8. A dialética dos processos sociais, que está alicerçada na estrutura material da sociedade, é objetivo e exterior aos indivíduos. Toda forma de descrevê-la deriva uma representação semiótica (que pode ser enunciativa). Toda mudança nesta estrutura material ordena transformações no significado dos artefatos semióticos.
9. Toda transformação da significação social dos signos altera profundamente o comportamento dos indivíduos enquanto sujeitos sociais, posto que suas ações se estruturam a partir da leitura que fazem da realidade.
10. O discurso, ao mesmo tempo em que procura refletir a realidade material, refrata-se nas consciências, produzindo uma ação social, individual ou coletiva, que opera a realidade material, transformando-a também.

Todo discurso, portanto, estrutura-se com base na utilização de sistemas de signos que são necessários para que o que se quer dizer faça sentido para quem recebe a mensagem. Ocorre que esta significação é construída a partir de determinadas intenções que não são aparentes, mas que podem ser apreendidas a partir do esforço de pesquisa. “Sistema de significação, a linguagem é um distanciamento entre a coisa representada e o signo que a representa. E é nessa distância, no interstício entre a coisa e sua representação signíca que reside o ideológico.” (BRANDÃO, 1994, p. 10).

A AD ocupa-se dessa busca pelo sentido ideológico do texto, uma tarefa que deve ser realizada a partir de alguns procedimentos classificatórios que permitem a identificação da relação entre o objeto e o signo.

Ideologia

Quando se fala em análise de discurso remete-se a duas grandes correntes teóricas que organizam os estudos preocupados em entender esta atividade social. A corrente francesa (baseada no materialismo dialético e no estruturalismo, que na comunicação encontra amparo nas Teorias da Escola de Frankfurt e na filosofia marxista) e a corrente anglo-americana (baseada na descrição da estrutura e do funcionamento interno dos textos, apregoada pelo funcionalismo nas teorias da comunicação e pela filosofia positivista).

O conceito de discurso empregado pela análise de discursos anglo-americana oscila entre uma definição que opõe o discurso e frase, como unidade lingüística constituída por uma sucessão de frases e uma definição de discurso como uso ('jogo de palavras') da linguagem verbal em contextos determinados (...). Seu campo preferencial de trabalho é a análise de esquemas gerais de organização e dos processos de tomada da palavra, abertura e fechamento na conclusão cotidiana (...). (PINTO, 1999, p.19).

Ou seja, a escola anglo-americana afasta a possibilidade ideológica do discurso enquanto instrumento de alienação social e se limita a descrevê-lo. Isto torna esta corrente preterida pela maior parte dos pesquisadores que se propõem à análise crítica dos textos jornalísticos, uma vez que a questão ideológica é a base do próprio discurso.

Já a Escola Francesa conta com pesquisadores como Michel Pechêux e Michel Foucault, que se preocuparam profundamente com a questão ideológica do discurso. Ela se estrutura a partir do estudo lingüístico das condições de produção de um enunciado.

A AD (Escola Francesa de Análise de Discurso)

[...] se propõe a realizar leituras críticas e reflexivas que não reduzem o discurso a análises de aspectos puramente lingüísticos nem o dissolvam num trabalho histórico sobre ideologia. Ela opera com o conceito de ideologia na base das relações de grupos sociais, cujas idéias entram em confronto, numa correlação de forças; considera também as noções de interpelação – assujeitamento e de Aparelhos Ideológicos do Estado que governam/regulam essas ações. Ela busca não eliminar essas contradições, mas ao contrário, fazê-la aflorar na materialidade lingüística do discurso, apreendê-las nas formas de organização de antagonismos, de aliança, de dissimulação, de absorção que se processam entre diferentes formações discursivas. (BRANDÃO, 1994, p.83)

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

A ideologia deve ser compreendida aqui como instrumento de dominação. Portanto, parte-se do princípio que na sociedade capitalista, tal qual a que vivemos, a burguesia impõe-se como classe hegemônica porque domina os meios de produção a partir da defesa da propriedade privada. Este domínio se estrutura a partir de uma relação de inversão da realidade que procura reduzir aparentemente as diferenças sociais a fim de evitar os conflitos e as transformações sociais. Essa relação, portanto, se constitui por meio de um processo de subordinação da classe subalterna sobre sua condição. É neste sentido que se deve compreender o conceito de ideologia.

Ou seja, a partir da ideologia constitui-se uma forma de pensar e de agir que molda as relações sociais. Em outras palavras, “a ‘imaginação’, a ‘representação’, que esses homens determinados fizeram de sua práxis real transforma-se na única força determinante e ativa que domina e determina a práxis desses homens.” (MARX; ENGELS, 1979, p.59). Portanto, a ideologia se manifesta em todas as ações do homem e, no discurso, não poderia ser diferente. A ideia que se materializa no discurso faz parte desta relação.

Historicamente a AD se desenvolve por meio da linguística. E é a partir dela que seus estudiosos entendem que a articulação dos processos linguísticos dá lugar ao discurso. Já a questão ideológica é tomada como a ligação que se faz entre produção de ideias e as condições sociais históricas em que são produzidas.

Ideologia é a abstração invertida sobre a realidade. A ideologia organiza valores, pensamentos e sentimentos nos indivíduos. Diz respeito ao campo do senso comum, à tentativa de eliminar aparentemente as contradições na sociedade e à procura por justificar estas diferenças.

A transmissão deste modo de compreender o mundo, de valores que definem o que é prioridade para a vida dos indivíduos constitui-se como uma nova etapa do processo ideológico⁴. O discurso se consolida apenas quando é construído por uma instituição ou por “Aparelhos Ideológicos do Estado”⁵,

⁴ “As ideias da classe dominante são em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material dispõe, ao mesmo tempo, dos meios de produção espiritual.” (MARX; ENGELS in BRANDÃO, 1994, p.20)

⁵ Para Althusser (in BRANDÃO, 1994), os Aparelhos Ideológicos do Estado são instrumentos da classe dominante para propagar sua ideologia e torná-la dominante.

Os meios de comunicação de massa, a política aplicada, o sistema econômico, enfim, instrumentos organizados com o objetivo de promover uma consciência a partir da situação histórica encontrada são exemplares. O sujeito acredita que age livremente por sua própria vontade, sem saber que reproduz e legitima a própria ideologia articulada através destes aparelhos. Do mesmo como quem lê uma notícia acredita fielmente que aquilo é a verdade.

Enunciação

Um dos primeiros conceitos a serem apreendidos no estudo que se propõe a utilizar a AD como método de pesquisa é o de enunciado. Quando os sujeitos organizam ideias e querem expressá-las através de palavras, se utilizam dos enunciados. Os enunciados são o conjunto de palavras que dizem respeito a uma determinada ideia. O fenômeno que abrange o contexto em que o enunciado acontece é definido como enunciação.

[...] a enunciação é uma espécie de tomada de posição, a instância que estrutura o valor do dito. Nesse sentido, é que o sujeito enunciador não se constitui em algo unificado, pois se é verdade que a língua é finita na definição de seus limites e de suas regras, são infinitas as possibilidades modalizadoras de uso da língua, pela mediação da palavra, via sujeito. (FAUSTO NETO, 1991, p. 28)

Um discurso é, portanto, um conjunto de enunciados. Brandão (1994) encontra quatro características constitutivas do enunciado:

- referencial: é a condição de possibilidade do aparecimento, diferenciação e desaparecimento dos objetos e relações que são designados pela frase.

- relação com seu sujeito: a análise de discurso não deve ser encarada como aquilo que está ligado ao sujeito que constituiu, mas sim pela dispersão dos enunciados que preenchem os sujeitos expostos ao discurso.

*DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE
DISCURSO EM JORNALISMO*

- domínio já existente no conjunto de enunciados: não existe enunciado livre e independente, “mas, sempre um enunciado fazendo parte de uma série ou de um conjunto, desempenhando um papel no meio dos outros, apoiando-se neles e se distinguindo deles: ele se integra sempre em um jogo enunciativo”. (BRANDÃO, 1994, p.30)

- condição material: a função enunciativa depende do contexto em que está inserido.

Ou seja, os enunciados existem e estão à disposição dos sujeitos (jornalistas), podem ser utilizados de diversas formas para expressar aquilo que se quer dizer. Os signos, por si só já estão, em alguns momentos, condicionados a atender os interesses de enunciação de um enunciado.

Mas esta concretude dos enunciados que surgiram de um processo histórico e que se tornaram presentes na vida das pessoas dispondo-se para serem utilizados pelos indivíduos não significa que eles representam a única forma de se pensar o mundo, senão os enunciados já seriam a própria resposta às contradições sociais do mundo. Eles são apenas a ideia advinda de uma verdade, enquanto que existem vários outros enunciados que contradizem uma mesma ideia. Cabe ao indivíduo, portanto, construir suas ideias com base nos vários enunciados que existem, podendo ou não tomar uma posição diante deles.

Construções e operações, são, portanto, ‘etapas’ deste complexo trabalho que o sujeito faz movido por e no interior do campo da linguagem, no sentido de estruturar mensagens ou discursos sociais enquanto configurações específicas que as palavras vão tomando (FAUSTO NETO, 1991, p. 31).

Esta relação se estabelece pela utilização dos enunciados de forma combinada, dando origem às formações discursivas e ideológicas.

A formação discursiva e a formação ideológica são dois elementos que interagem para formar um dos elementos fundamentais para a construção do discurso. As formações ideológicas é que definem a formação discursiva, uma vez que o sujeito constrói o discurso selecionando os recursos que a língua oferece. E isto tem a ver com as

condições em que ele produz. “São as formações discursivas que, em uma formação ideológica específica e levando em conta uma relação de classe, determinam ‘o que pode e deve ser dito’ a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada.” (BRANDÃO, 1994, p. 38)

A formação discursiva envolve dois tipos de funcionamento:

- a) paráfrase: mecanismo de fechamento, de delimitação das fronteiras de uma formação discursiva.
- b) pré-construído: é o que no enunciado já está lá. Onde o sujeito que lê já constrói no imaginário o que se quer dizer.

As formações discursivas devem ser encaradas pela AD sob um ângulo que demonstre seu caráter heterogêneo. Toda formação discursiva é definida a partir de seu interdiscurso. Um conjunto de formações discursivas de todos os tipos e que interagem numa dada conjuntura formando um universo discursivo. Já um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência e se delimitam reciprocamente em uma região determinada no universo discursivo formam o campo discursivo. E recortes discursivos que o analista isola no interior de um campo discursivo tendo em vista propósitos específicos de análise formam espaços discursivos.

A formação ideológica, para a AD, acontece através do reconhecimento que o indivíduo faz de si e dos outros, levando em conta suas condições materiais.

Categorias de análise da AD

A AD conta com algumas características que ajudam a defini-la e, ao mesmo tempo, a orientar metodologicamente os trabalhos que se propõem a fazer uma pesquisa a partir de sua perspectiva. Por isso, apresentam-se, agora, algumas categorias de análise que partem da Escola Francesa e que se julga serem importantes para a análise de discurso em jornalismo.

- Heterogeneidade:

O discurso é heterogêneo, como define Pinto (1999), é aquele que é sempre organizado a partir de contextos diferentes e se apresenta como vozes ou citações de

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

outros, mas organizadas de forma diferente. Nesta categoria de análise deve-se considerar a figura do sujeito como aquele que cria o enunciado, é o autor empírico, enquanto que quem reproduz o enunciado deve ser classificado como emissor. O desafio na identificação dos dois se dá pelo fato de que quando se utiliza do enunciado, o emissor esconde o autor empírico.

- O outro:

Quando nos referimos a discurso, deve-se entender, antes de tudo, que ele é construído para o outro conforme entende Brandão (1994). Ele é sempre uma resposta a outro discurso. Por isso tem, também, um caráter de:

- a) intradiscursividade: planejamento do discurso visando o outro;
- b) interdiscursividade: envolve discursos historicamente já constituídos e que emergem na sua fala.

A presença do outro no discurso aparece na classificação entre:

- a) discurso indireto: utilização de outra fonte de sentido;
- b) discurso direto: recorte das palavras de outro, que são atadas ao novo discurso;
- c) discurso indireto livre: é implícito, mas se mostra pela ironia, alusão, imitação, etc...

- Monologismo e dialogismo:

Brandão (1994) define também as distinções que ajudam a compreender em boa parte a função dos discursos.

Monologismo:

nega a existência fora de si de uma outra consciência, tendo os mesmos direitos e podendo responder em pé de igualdade a um outro ou igual (tu). Na abordagem monológica (sob sua forma extrema e pura), o outro permanece inteira e unicamente como objeto da consciência e não pode formar uma consciência outra. Não se espera dela uma resposta tal que possa tudo modificar no mundo da minha consciência. O monologismo é completo e surdo à resposta do outro, não espera e não reconhece nele força decisiva (...). O monólogo pretende ser a última palavra.” (TODOROV in BRANDÃO, 1994, p. 52)

Dialogismo: é o contrário. Se propõe a discutir com o outro. O discurso é organizado de maneira que permita uma troca de ideias, pois o receptor da mensagem é tomado como

um indivíduo capaz de receber e interpretar o discurso. O texto jornalístico deve ser classificado como dialógico porque é sempre um discurso a alguém.

- Funções integradas:

Pinto (1999) descreve três funções do discurso que atuam de forma integrada:

a) referente: designar e descrever as coisas ou pessoas de que se fala, estabelecendo relações entre elas e localizando-as no tempo e no espaço, sempre em relação ao que o receptor supostamente conheceria deste universo em pauta.

b) interação: consiste na relação de poder com o leitor na tentativa de cooptá-lo. Se reforçam ou se combatem ideias para buscar, através do discurso, interagir com o receptor.

c) sedução: marcam-se as coisas a que se referem e se procura reforçar a hierarquia da instituição que o produz.

- Silêncio:

A significação das coisas já pressupõe o silêncio conforme entende Orlandi (1997). As palavras por si só trazem a significação das coisas e, portanto, guardam uma bagagem incalculável de conceitos, ideias e imagens que não são ditas ou explicadas num discurso.

Por isso, “(...) o silêncio pode ser considerado como parte da retórica de dominação (a da opressão) como de sua contrapartida, a retórica do oprimido (a da resistência).” (ORLANDI, 1997, p.31)

O silêncio é a escolha que o sujeito faz não pelo que quer falar, mas pelo que não quer falar. “[...] ao invés de pensar o silêncio como falta, pode-se, ao contrário, pensar a linguagem como excesso.” (ORLANDI, 1997, p. 33)

Há várias espécies de silêncio. Não existem marcas formais do silêncio, mas é possível ver pistas e traços que o indicam. No vazio do discurso, na incompletude é que está o silêncio. Ele não é interpretável, mas compreensível. É impossível definir todo o silêncio presente num discurso, pois depende da interpretação de cada analista. Mas é algo que se dá pelo processo dialógico de discussão com o outro, mais uma vez.

Análise de discurso em jornalismo: exemplo

O jornalista, ao redigir sua matéria, considera a linha editorial do veículo no qual ele trabalha, considera as diferentes versões sobre o mesmo fato, constrói seu texto com base na memória de outras matérias construídas por seus colegas, reproduz um modo de fazer já consolidado na profissão que respeita a certos critérios tanto na apuração dos fatos como na sua redação. Nesse sentido, há muitos “já ditos” no texto jornalístico. O jornalismo se serve destes enunciados já elaborados para construir os discursos.

Entretanto, mais importante do que se apontar estas características no discurso do jornal, é destacar as contradições existentes e entender o que está implícito no texto.

Para Pinto (1999), as teorias mais adequadas são aquelas que respondem as perguntas de uma pesquisa e estão apropriadas ao tipo de texto a ser analisado. Parte da AD, mesmo sendo crítica, se baseia numa análise estruturalista. Há de certa forma, uma contradição nisto, uma vez que a dialética marxista prepara seus estudos dos fenômenos a partir do historicismo.

Ou seja, não se reconhece o contexto, a situação, o momento histórico em que o discurso foi construído. Numa análise que se propõe a partir do método dialético, estabelecendo os contrários como referência para o entendimento dos discursos na sociedade e não toma a historicidade como parte constituinte a ser somada nos estudos torna-se contraditória.

Como proposta presente em toda pesquisa científica, este artigo propõe, assim como os trabalhos em comunicação voltados a analisar discursos, somar esforços para a construção deste método, utilizando como referência outros trabalhos já desenvolvidos com este mesmo objetivo de estudo.

Pinto (1999) destaca que o estruturalismo herdado pela AD separa o contexto real do histórico em que surgem os discursos em três níveis de contextualização:

1. contexto situacional;
2. contexto institucional;
3. contexto sociocultural mais amplo.

Ou seja, deixa-se de lado um fator importantíssimo para os estudos em comunicação que é o contexto histórico-social atual. No jornalismo esses elementos

estão implícitos e dificilmente aparecem no texto pela exigência da atualidade, tempo e espaços destinados para a notícia, ou prazo para entrega do trabalho.

“A análise de discursos não se interessa tanto pelo que o texto diz ou mostra, pois não é uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim em como e porque diz e mostra”. (PINTO, 1999, p.23). A partir desta compreensão os resultados obtidos com a aplicação da AD deixam de ser observados como o próprio fim da pesquisa e passam a ser compreendidos como informações a serem utilizados para comprovar ou reprovar hipóteses dos trabalhos acadêmicos. Esta é uma questão importante a ser observada, sobretudo quando se trata de uma análise de discurso em jornalismo, porque há um risco significativo do pesquisador perder o rumo da pesquisa e acabar elegendo a análise de discurso como o principal trabalho, quando se trata de uma análise criteriosa que contribui para responder ao problema de pesquisa. Neste sentido, a AD precisa estar submetida ao objeto científico que é o próprio jornalismo e não o contrário.

Pensando em uma proposta exemplar para a análise de discurso, segue uma modesta aplicação de uma proposta voltada para a análise em jornalismo. O texto utilizou-se de um editorial publicado pelo jornal Gazeta do Povo, no dia 2 de novembro de 2013, cujo título é “A imprensa amordaçada na Argentina”. O editorial é um texto cujo gênero é classificado como opinativo desenvolvido geralmente por algum jornalista que ocupa cargo mais elevado na empresa, tais como editores-chefes. Ele tem por característica refletir a opinião do veículo de comunicação ou dos donos do meio de comunicação, melhor dizendo, a respeito de um assunto atual que pode estar figurando como notícia nas páginas internas de um jornal impresso ou na sessão de opinião de sites destes veículos. Há programas jornalísticos em rádio e televisão que também dedicam não o espaço, mas uma parte do tempo de sua exibição para a locução do editorial, mas esta é uma prática incomum no Brasil. Este editorial foi publicado 4 dias após a aprovação pela Suprema Corte da Argentina da chamada “*Ley dos Medios*”, uma lei que regula o mercado de comunicação naquele país. Segue o texto:

Ao declarar a constitucionalidade da Lei de Mídia, a Suprema Corte, alinhada ao kirchnerismo, desfez um **golpe contra a liberdade de imprensa (FD1)** **Bolivarianos em toda a América do Sul, inclusive no Brasil, comemoraram (FD2)**, a decisão da Suprema Corte argentina que, na terça-feira, considerou

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

constitucional a Lei de Mídia proposta pelo governo de Cristina Kirchner. Sob o pretexto de impedir a concentração dos veículos de comunicação, a legislação na verdade é uma **tentativa de calar a imprensa que não se curvou à Casa Rosada (FD3)**.

A nova legislação, que vinha sendo questionada na Justiça pelo grupo Clarín, determina que as concessões de rádio e televisão sejam divididas em três grupos iguais: o das emissoras estatais, o das emissoras privadas e o das emissoras de grupos sem fins lucrativos, como sindicatos, igrejas e fundações. As tevês comerciais **só** poderão atingir **35%** da população, enquanto os canais estatais podem chegar a **100%** (FD4) do território nacional. Empresas que atuam na televisão aberta não podem estar presentes na tevê a cabo e vice-versa. E cada grupo de comunicação pode ter um número máximo de 24 canais de tevê por assinatura. Os grupos que hoje estão acima desse limite terão de escolher com que concessões querem ficar, e colocar as demais à disposição do governo. Estima-se que a oferta chegue a 330 canais.

O **maior perdedor (FD5)** com a nova legislação é, sem dúvida, o Clarín. O grupo começou apoiando o falecido marido de Cristina, Néstor Kirchner, que assumiu a Presidência depois do caos econômico do início da década passada, mas passou a fazer **oposição ao governo no primeiro mandato de Cristina Kirchner (FD6)**. O maior conglomerado de imprensa da Argentina não apenas terá de se desfazer de parte de suas concessões, como também pode ter de **enfrentar uma violência ainda maior (FD7)**. Dependendo da interpretação que se dá à decisão da Suprema Corte, já teria vencido o prazo para os grupos de comunicação escolherem de que canais abrem mão; nesse caso, seria a Administração Federal de Serviços de Comunicação (Afsca) a responsável por determinar quais canais seriam vendidos e quais ficariam com o Clarín. O órgão governamental poderia, por exemplo, **forçar (FD8)** o conglomerado a ficar na tevê aberta e se desfazer da tevê a cabo, mais lucrativa. **Para piorar (FD8)**, é o Tribunal de Contas **kirchnerista (FD9)** que definiria o preço de venda dos canais, que poderia ser artificialmente baixo para reduzir a compensação que o Clarín teria por **ser obrigado a abrir mão dos canais (FD10)**.

Todas essas circunstâncias são mais que suficientes para entender que o **caráter “democratizante” da Lei de Mídia é mera aparência. Com o pretexto de diversificar a propriedade dos veículos de comunicação e, com isso, estimular a concorrência, o que a lei procura é esvaziar a imprensa independente (FD11)**. Não é à toa que a decisão de terça-feira **provocou o repúdio da Associação Internacional de Radiodifusão e da Sociedade Interamericana de Imprensa (FD12)**, e **assanhou aqueles que sonham com o “controle social da mídia” tão querido por Lula, Franklin Martins e José Dirceu (FD13)**.

Soa como um **alento que a população pareça estar cansada dos desmandos de Cristina Kirchner (FD14)**. Dias antes da decisão da Suprema Corte, a **presidente havia sofrido uma derrota eleitoral considerável (FD15)**: seu grupo teve apenas 32% dos votos nas eleições que renovaram parte do parlamento. Ela continua tendo maioria no Congresso, mas não o suficiente para alterar a Constituição e conseguir a permissão para concorrer a um terceiro mandato, como pretendia. **Inflação em alta, manipulação de dados econômicos, protecionismo e crises de abastecimento esgarçam a paciência dos argentinos (FD16)**. Mas, em vez de atacar estes problemas, parece mais importante **amordaçar a imprensa (FD17)**. Seguindo um recente **raciocínio lulista (FD18)**, talvez lá, como aqui, seja mesmo a imprensa que “avacalhe a política”... (grifos nossos) (GAZETA DO POVO, 2013)

Negritou-se no texto aquilo que se identifica como formações discursivas, ou seja, os elementos do texto que de algum modo propõe uma forma de interpretar os fatos. Como ponto de partida, ressalta-se a ausência de um debate. Ao falar da “Ley dos *Revista Uninter de Comunicação, ano 1, n. 1, Jun/Dez 2013*

Medias”, o emissor omite a presença de uma discussão que se passa no Brasil. Tratar de um assunto que se passa no país vizinho de modo crítico faz parte da tentativa de relacionar com um projeto de lei que tramita no Congresso Nacional brasileiro, chamado “Lei da Mídia Democrática”, que se aproxima em boa parte da proposta da lei aprovada na Argentina. Neste sentido, é possível identificar o silêncio que se manifesta de maneira interessada, já que se trata de uma proposta que afetaria diretamente os interesses dos donos da Gazeta do Povo, jornal que faz parte do Grupo Paranaense de Comunicação (GRPCom) que detêm uma série de afiliadas de televisão, além de programas de rádio, sites e outros impressos no Paraná.

Não quer dizer que não haja referências muito discretas à medida no Brasil. A formação discursiva 2, por exemplo, demonstra aspectos de uma intersubjetividade na medida em que cita o termo “bolivarianos” para se referir não a Simón Bolívar, um dos líderes que promoveu a independência de vários países da América Latina por meio de ações armadas e da organização dos povos destes países, mas relaciona-se com a tentativa de associar ao governo de Hugo Chaves, ex-presidente da Venezuela, que promovia estatização de empresas, entre elas empresas de comunicação. Trata-se, portanto, de um uso pejorativo para o termo que desqualifica aqueles que têm ideias parecidas ao de Chaves, mas que dialoga, sobretudo, com a população brasileira com a intenção de provocar o repúdio a atitudes que se voltem para ações de reformas promovidas pelo Estado. Neste sentido, “bolivariano” deve ser entendido como um enunciado que carrega uma proposta ideológica que não faz menção a sua própria origem, mas que inverte seu significado com a intenção de opor a opinião pública a qualquer medida que afete os interesses empresariais.

Há também uma tentativa de relacionar os governos Lula e Kirschner que surge como tom de ameaça. Primeiramente é necessário verificar que os nomes do ex-presidente do Brasil e da atual presidente da Argentina aparecem no mesmo texto com o sufixo “ista”, para denotar um tipo de doutrina. No caso de Lula, a referência se deve ao fato do ex-presidente ter desferido críticas à imprensa brasileira poucos dias antes da publicação do editorial em uma solenidade de seu partido (PT). Já a presidente argentina é apontada como a protagonista da aprovação da lei que é associada exclusivamente a características negativas, tais como “perder”, “violência”, “piorar”. A construção dos discursos procura apontar problemas no governo de Cristina Kirschner associando a

Revista Uninter de Comunicação, ano 1, n. 1, Jun/Dez 2013 23

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

consequências pela aprovação da *Ley dos Medios* (FD14, 15, 16), incluindo as críticas do jornal Clarín (FD6), ao qual a Gazeta do Povo demonstra solidariedade, mas que aparecem mais como uma ameaça velada do jornal paranaense ao governo petista se caso o projeto da Lei da Mídia Democrática seja colocado em votação pelos deputados e senadores. Ou seja, se caso o projeto avançar, os meios de comunicação brasileiros devem iniciar uma ofensiva contra o governo, da mesma maneira como ocorreu na Argentina. Neste caso, a relação dialógica que se estabeleceu é diretamente com representantes do governo ou partidários do PT.

Um outro sentido ideológico presente no discurso refere-se ao enunciado “liberdade de imprensa”. Este é um valor que tem sido relacionado a princípios básicos de democracia que foram consolidados popularmente como um dos maiores bens da população brasileira e que se contrapõem a noção de “censura”, exemplificada recorrentemente pela tentativa de controle editorial dos veículos de comunicação por parte de governos totalitários, como foi o caso do Brasil durante a Ditadura Militar (1964-1985). A formação discursiva 3, 12, 13 e 17, apontam para uma tentativa de interação com o leitor, no sentido de mobilizar a opinião pública em torno da defesa de direitos civis, mas não deixam transparecer aqui a diferença entre liberdade de imprensa e liberdade empresarial que são dois termos distintos, como aponta Comparato (2000-2001).

O que o discurso procura fazer é associar dois conceitos distintos para fazer supor que a regulamentação do negócio da comunicação implica no controle dos conteúdos publicados por veículos de comunicação por parte dos governos. Esta contradição pode ser percebida na formação discursiva 4, quando aparecem os dados sobre a redução da capacidade de audiência dos meios de comunicação, demonstrando que o principal problema está na redução da capacidade de abrangência das empresas de comunicação, o que fatalmente implicaria na redução da sua capacidade de arrecadação. Neste sentido, o que está em jogo, portanto, não é o conteúdo informativo que pode ser disponibilizado pelos meios de comunicação, mas o seu objetivo final que é, sobretudo, aquele que diz respeito à lógica de qualquer empresa, ou seja, o lucro.

Ao se referir por meio de um discurso direto livre, sobre a lei “democratizante”, conforme exposto na formação discursiva 11, o emissor se vale do enunciado “liberdade de imprensa”, mais uma vez, para criticar outro enunciado, o que evidencia a intradiscursividade do texto. Trata-se de uma resposta à noção de “democratização dos

Revista Uninter de Comunicação, ano 1, n. 1, Jun/Dez 2013

meios de comunicação”, que vem sendo construída discursivamente com a intenção de modificar a estrutura do mercado de comunicação no Brasil, visando a quebra dos oligopólios da mídia no país.

Por fim, pode-se dizer que o editorial da Gazeta do Povo tem uma intenção clara ao criticar a aprovação da *Ley dos Medios*. Em alguma medida o veículo procura seduzir o leitor lançando mão de discursos de defesa de direitos sociais sobre o fato que ocorreu na Argentina, mas com a intenção de evitar que o mesmo ocorra no Brasil, tendo em vista que se trata de uma questão em debate também no país. O caráter ideológico do discurso se constitui a partir da tentativa de silenciar sobre determinados aspectos do próprio debate brasileiro e na tentativa de inverter determinados significados, como o de “bolivarianos” ou da relação entre liberdade de imprensa e de empresa. Neste sentido, o emissor cumpre um papel significativo na defesa dos interesses do veículo procurando mobilizar a sociedade para repudiar qualquer medida brasileira que siga os moldes do que ocorreu na Argentina, sem precisar dizer que se trata da defesa de seus interesses, uma vez que omite a diferença entre interesses particulares e públicos, como se o jornal fosse regida exclusivamente pelo bem comum.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do trabalho analítico do discurso em jornalismo não deve estar ancorado exclusivamente nos teóricos que elaboraram a metodologia para este tipo de trabalho. É preciso complementar a análise com os estudos em jornalismo a fim de evitar que a análise seja um trabalho linguístico e não jornalístico, do ponto de vista acadêmico. Assim, são as referências das teorias do jornalismo que possibilitarão a adequação do método ao objeto de estudo proposto, de modo que contribua para a sistematização das informações necessárias para responder ao problema proposto para a pesquisa.

Pensar a análise de discurso para o jornalismo pressupõe um grau infinito de possibilidades que podem ser pensados para os vários produtos jornalísticos em seus diferentes canais, em diferentes contextos. O que se apresentou aqui foi aquilo que se entende como um modelo possível de análise que congrega mecanismos objetivos de análise, como as categorias analíticas que contribuem para dar norte à pesquisa, como

DIRETRIZES PARA A ANÁLISE DE DISCURSO EM JORNALISMO

outros elementos subjetivos construídos com base na experiência pessoal do pesquisador e no acúmulo teórico sobre o tema. Neste sentido, pode-se concluir que a análise de discurso vem se estabelecendo como um recurso metodológico significativo e aplicável ao jornalismo, desde que adaptado para este objetivo, e que está em desenvolvimento pelos próprios pesquisadores de jornalismo que têm atuado no sentido de fazer da AD um instrumento mais dinâmico e sujeito aos propósitos da pesquisa.

REFERÊNCIAS

BENETTI, Marcia. Análise do discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudio; BENETTI, Marcia (orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2008. (pp. 107-122)

BRANDÃO, Helena. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: Unicamp, 1994.

COMPARATO, Fabio Konder. A democratização dos meios de comunicação de massa. **Revista USP**, São Paulo, n.48, p. 6-17, dezembro/fevereiro 2000-2001.

CRUZ, Antônio. **A janela estilhaçada**: a crise do discurso do novo sindicalismo. Petrópolis: Vozes, 2000.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mortes em Derrapagem**: os casos Corona e Cazuza. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

GAZETA DO POVO. A imprensa amordaçada na Argentina. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/opiniaio/conteudo.phtml?id=1422016&tit=A-imprensa-amordacada-na-Argentina>>. Acesso em: 2 nov. 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

LAGE, Nilson. **Linguagem jornalística**. 7ª ed. São Paulo: Ática, 2001.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.
Revista Uninter de Comunicação, ano 1, n. 1, Jun/Dez 2013

MARX, Karl e ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã** (Feuerbach). São Paulo: HUCITEC, 1979.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 4 ed. Campinas: Unicamp, 1997.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. 2 ed. Campinas: Pontes, 1997.