

Pressupostos teóricos para análise do discurso jornalístico

Li-Chang Shuen Cristina Silva SOUSA¹
Rodrigo Nascimento REIS²

Resumo

Este artigo busca caracterizar e dividir os gêneros jornalísticos em informativos e opinativos para análise do discurso. São identificados como gêneros jornalísticos mais utilizados no Brasil os de caráter informativo – como nota, notícia, reportagem e entrevista; e os opinativos: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura e carta. Por seguinte, situa-se as principais vertentes de análise do discurso, são elas: a de linha francesa, com Michel Foucault, e a de origem inglesa, com Norman Fairclough e Van Dijk. Assim, sinaliza-se para os pesquisadores do ramo que a pesquisa do discurso jornalístico necessita dessa delimitação teórica dos gêneros em virtude de que, para a descoberta do discurso, o próprio formato da informação poderá interferir e sugerir sentidos.

Palavras-chave: Gêneros opinativos; gêneros informativos; discurso jornalístico.

88

1 Professora Adjunta do departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Brasília. Coordenadora do Laboratório Integrado de Pesquisa e Práticas Jornalísticas (Labjor-Ufma)

2 Mestrando em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão.

Abstract

This article seeks to characterize and classify the journalistic genres in informative and opinionated for discourse analysis. The journalistic genres most commonly used in Brazil are informative - as a note, news, reportage and interview; and opinionated: editorial, commentary, article, book review, column, cartoon and letter. By following, lies the main discourse analysis of aspects, they are: the French line with Michel Foucault, and of English origin, with Norman Fairclough and Van Dijk. Thus indicates to the researchers that studies on journalistic discourse need this theoretical definition of genre because of that, for the discovery of the speech, the format of the information itself may interfere and suggest directions.

Keywords: Opinionated genres; informative genres; journalistic discourse.

No início era a opinião

A gênese do jornalismo é marcada pela opinião. No início, as matérias jornalísticas emitiam visões doutrinárias, críticas ou eram comprometidas com o poder político, a fim de difundir ideias, combater princípios e defender pontos de vista. Sendo opinar o modo de ver, pensar, deliberar, fazer juízo, a opinião no jornalismo contribui para o desenvolvimento da sociedade à medida que discute, questiona e cobra posicionamentos dos personagens envolvidos nas mais diversas situações do cotidiano.

Para Luiz Beltrão (1980), o jornal tem o dever de exercitar a opinião. Na percepção do autor, opinar engrandece a atividade profissional, desde que se expresse com honestidade e dignidade, com reta intenção de orientar o leitor, sem forçar ou violentar a 'sacralidade' das ocorrências. Para tanto, Beltrão orienta o jornalista a seguir três passos: dominar a informação (calcular toda a sua extensão e alcance, conhecendo amplamente as causas, aspectos significativos e sequência lógica); reger a informação (levar ao conhecimento público a informação somente quando conveniente e oportuno, sempre em observância às normas éticas); e, por último, assistir a informação (não deixar

a informação de lado, mas procurar extrair dela o máximo para oferecer ao público uma opinião segura, elaborada à base da técnica, da ética e do interesse social).

No Brasil, a maior contribuição para o jornalismo em termos de opinião advém de Marques de Melo (2003) em sua obra *Jornalismo Opinitivo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. Nela, o autor, a princípio, perscruta a natureza do jornalismo:

Desta maneira, o jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (MELO, 2003, p. 17).

Nessa perspectiva, Melo (2003) apresenta, com base em estudos europeus, a trajetória histórica do jornalismo impresso. Nesse ínterim, fica evidente a origem opinativa, pois no seu nascimento o jornalismo suscita diferentes padrões de expressão simbólica, promove debates, levanta problemas e participa ativamente do cenário político. Sobre os primórdios do jornalismo, Felipe Pena revela que “as reportagens não escondiam a carga panfletária, defendendo as posições dos jornais (e de seus donos) sobre os mais variados temas. As narrativas eram mais retóricas que informativas” (PENA, 2005, p. 41).

Em sua obra sobre o Jornalismo Opinitivo, Marques de Melo deixa claro que “historicamente a diferenciação entre as categorias jornalismo informativo e jornalismo opinativo emerge da necessidade sociopolítica de distinguir os fatos (*news/stories*) das suas versões (*comments*), ou seja, delimitar textos que continham opiniões explícitas” (MELO, 2003, p.42). Nesse contexto, após estudar as classificações de gênero do jornalismo americano, espanhol, anglo-saxônico e do brasileiro Luiz Beltrão, Marques de Melo elabora uma proposta mais apurada para a classificação dos gêneros jornalísticos no Brasil. Para organizar sua classificação, ele articula o jornalismo em duas vertentes: a leitura do real (opinião) e reprodução do real (a informação).

Deste modo, à brasileira, os gêneros jornalísticos são o informativo (nota, notícia, reportagem e entrevista) e opinativo (editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura e carta). Portanto é necessário percorrer, à luz de Marques de Melo, a sua classificação acerca do gênero opinativo. Assim será possível descrever e analisar o processo de filtro das mensagens captadas e sua disposição no espaço jornalístico.

Conforme a lógica de Marques de Melo (2003) o editorial é a expressão oficial da empresa diante dos fatos de maior repercussão da atualidade. Contudo, há ressalvas,

[...] pois, nas sociedades capitalistas, o editorial reflete não exatamente a opinião dos seus proprietários nominais, mas o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização. Além dos acionistas majoritários, há financiadores que subsidiam a operação das empresas, existem anunciantes que carregam recursos regulares para os cofres da organização através da compra de espaço, além de braços do aparelho burocrático do Estado que exerce grande influência sobre o processo jornalístico pelos controles que exerce no âmbito fiscal, previdenciário, financeiro (MELO, p. 104).

Desse modo, o editorial revela-se como lugar de contradições à medida que concilia diferentes interesses. Não se pode perder de vista que o editorial possui argumentação com fim de orientar a opinião pública, a coletividade. Não obstante, no Brasil a organização política tem o Estado como entidade “todo-poderosa”, em vários níveis da vida social. Assim, é possível perceber que muitos editoriais, ao invés de dirigirem-se à “opinião pública”, são direcionados ao Estado. “A leitura de editoriais dos jornais diários, por exemplo, inspira-nos a compreensão de que as instituições jornalísticas procuram dizer aos dirigentes do aparelho burocrático do Estado como gostariam de orientar os assuntos públicos” (MELO, 2003, p. 104-105).

Enquanto o editorial emite opiniões sobre os fatos de maior relevância, o comentário examina fatos também importantes, mas de menor abrangência e independente da linha editorial. De acordo com Marques de Melo, “o comentário explica as notícias, seu alcance, suas circunstâncias, suas consequências. Nem sempre o comentarista emite opinião explícita. Seu julgamento é percebido pelo raciocínio que utiliza, pelos rumos da sua argumentação” (MELO, 2003, p. 115).

Por ser uma atividade que exige farta bagagem cultural para emitir opiniões e valores de credibilidade, o comentarista é, então, um jornalista de larga experiência, um observador que acompanha os fatos além de suas aparências a fim de desvendar os pormenores dos acontecimentos e apresentá-los aos leitores. Logo, é um líder de opinião e cria vínculos com o público, tornando-se referência. Conforme Melo, “suas avaliações da conjuntura são buscadas porque o cidadão quer saber como comportar-se diante dos acontecimentos, reforçando seus pontos de vista ou procurando conhecer novos prismas

para entender a cena cotidiana” (MELO, 2003, p. 113). Assim, o comentário sempre mantém vínculo com a atualidade, acompanhando os fatos cotidianos.

De forma sucinta, Melo (2003) define artigo como toda matéria jornalística onde alguém – seja jornalista ou não – desenvolve uma ideia e apresenta sua opinião. Por isso, quando publicados em jornais, os artigos costumam estar dispostos em seções pré-determinadas à veiculação de opinião. Independente de ser uma colaboração espontânea, o artigo permite liberdade completa de pensamento de seu autor. No Brasil, quem escreve artigos são jornalistas ou colaboradores dos mais diversos cargos: professor, escritor, político, pesquisador, ou alguém convidado para escrever sobre assunto específico. Observa-se no artigo a tentativa de persuadir os leitores através de construções e colocações articuladas de argumentos. Geralmente, tratando de assuntos polêmicos, o artigo se utiliza de falas de autoridades para dominar as questões, usa estatísticas, argumentos de causa e consequência, entre outros.

A resenha conforme Marques de Melo (2003) corresponde à apreciação das obras de arte ou produtos culturais, com o objetivo de orientar a ação dos consumidores. De imediato, é uma referência para o público na escolha de produtos culturais em circulação no mercado. É comum ser chamada de resenha crítica e crítico quem a produz. A intenção não é fazer julgamento estético ou entrar na essência do bem cultural, mas sim, fazer uma apreciação ligeira e eficaz: “Trata-se de uma atividade eminentemente utilitária; havendo muitas opções no mercado cultural, o consumidor quer dispor de informações e juízos de valor que o ajudem a tomar a decisão de compra” (MELO, 2003, p. 132). Geralmente a resenha apresenta dados do autor, informações referentes ao objeto analisado – o que é, do que se trata, características – síntese das ideias principais e estilo.

A coluna é outro gênero bem presente no jornalismo brasileiro. É facilmente identificada como a seção especializada de jornal ou revista, geralmente assinada – com publicação regular – e com o estilo mais ‘solto’ e livre, diferente do noticiário. Outra forma de identificá-la é através do título ou cabeçalho constante e diagramado normalmente sempre em espaço fixo e na mesma página. Sua estrutura é composta por unidades curtas de informação e opinião, permitindo aos leitores agilidade. Como explica Marques de Melo, “trata-se de uma colcha de retalhos, com unidades informativas e opinativas que se articulam. São pílulas, *flashes*, dicas” (MELO, 2003, p.142).

O autor, também, relata a coluna como um espaço privilegiado da notícia, onde são descobertos fatos prestes a acontecer e opiniões não expressadas. Além disso, deixa claro que o fato de a coluna registrar informações não lhe dá o caráter informativo: “Aparentemente a coluna tem caráter informativo, registrando apenas o que está ocorrendo na sociedade. Mas, na prática, é uma seção que emite juízos de valor, com sutileza ou de modo ostensivo” (MELO, 2003, p 142).

Há, ainda, um gênero genuinamente brasileiro, dificilmente encontrado em outros países tal como aqui é praticado. Trata-se da crônica:

Que a crônica é um gênero jornalístico constitui uma questão pacífica. Produto do jornal, porque dele depende para a sua expressão pública, vinculada à atualidade, porque se nutre dos fatos do cotidiano, a crônica preenche as três condições essenciais de qualquer manifestação jornalística: atualidade, oportunidade e difusão coletiva. Contudo, a crônica não se restringe ao jornal diário. Ela encontra abrigo nos semanários, especialmente nas revistas de informação geral. (MELO, 2003, p. 160).

Desse modo, a crônica gira permanentemente em torno da atualidade, e com sensibilidade e sutileza de raciocínio capta a dinâmica da notícia para narrar o cotidiano. É um gênero difícil. Para exemplificá-lo, Marques de Melo se apoia em depoimentos de jornalistas experientes: “Nabantino Ramos, com sua experiência de editor de jornal diário em São Paulo, diz enfaticamente: ‘É, talvez, o mais difícil gênero do trabalho jornalístico, porque exige não apenas técnica, que se pode aprender, mas também arte, que é dom’” (MELO, 2003, p. 161).

Nem só de texto vive o jornal. A imagem é também instrumento de opinião e pode influenciar a parcela do público menos dedicada à leitura. Nesse contexto, se inclui a caricatura, que enquanto gênero jornalístico, motiva o leitor e produz percepção rápida sobre a opinião acerca do assunto tratado. Como Marques de Melo ensina: “A opinião se manifesta explícita e permanentemente através da caricatura, cuja finalidade satírica ou humorística pressupõe a emissão de juízos de valor” (MELO, 2003, p. 163). A caricatura é identificada de várias espécies: caricatura mesmo, ao retratar seres humanos ou objetos exagerando ou simplificando traços; charge, uma crítica humorística de um fato ou acontecimento específico; *cartoon*, uma anedota gráfica, normalmente não insere personagens reais ou fatos verídicos, contudo está vinculado ao espírito do momento; e,

por último, o *comic*, história em quadrinhos, geralmente aparece no jornal de forma seriada.

A opinião do leitor surge no jornal principalmente através de enquetes, todavia é através do gênero carta que ela adquire uma forma capaz de expressar pontos de vistas ou reivindicações: “A carta é, contudo, aquele espaço em certo sentido democrático, ao qual cada um pode recorrer” (MELO, 2003, p. 175). Portanto, escrever para o jornal representa uma alternativa para o público opinar sobre assuntos contemporâneos com o objetivo, mesmo que distante, de influenciar nas decisões dos governantes ou participar dos rumos da sociedade.

Depois veio a informação

Vários fatores contribuíram para o surgimento de um jornalismo informativo em contrapartida ao opinativo. De acordo com Marques de Melo (2003), para punir os excessos da opinião, foram instituídas taxas, impostos e controles fiscais. Nesse contexto, o jornalismo informativo assegurou-se como hegemônico no século XIX, uma vez que a imprensa americana acelerou seu ritmo produtivo e transformou a informação em mercadoria, rumo este seguido em vários países. Segundo o autor, “a edição de jornais e revistas que, nos seus primórdios, possui o caráter de participação política, de influência na vida pública, transforma-se em negócio, em empreendimento rentável. O rádio e a televisão já nascem e se afirmam nesse contexto mercantil” (MELO, 2003, p 24).

Para Nelson Traquina (2004), surgiu no século XIX um novo jornalismo que veio da forma chamada *penny press* – nome referente ao barateamento dos jornais onde os preços foram reduzidos a centavos. O baixo custo atingiu o público que não comprava jornal por condições econômicas. O leitor, portanto, passou a ser generalizado e menos elitizado, além de politicamente menos homogêneo. Mas que isso, a *penny press* acentua o surgimento da informação como fator primordial do jornalismo.

[...] surgiu um novo jornalismo que privilegia a informação e não a propaganda, distinção que era vista como pressupondo um novo conceito de notícia onde existiria a separação entre fatos e opiniões. É precisamente esta ideia que a chamada *penny press* dinamizou, efetuando assim a mudança de um jornalismo de opinião para um jornalismo de informação (TRAQUINA, 2004, p. 50-51).

Está claro, portanto, que o jornalismo informativo tem a função exclusiva de informar fatos de interesses relevantes para a sociedade. Segundo Bahia (1990), os editores de jornais e empresários gráficos compreenderam que o jornalismo de âmbito mais literário e político não atende aos interesses da sociedade. Desta forma surgiu a consciência dominante de que a imprensa deve estar no plano de interesse público, inclusive com divisão por setores para atender as demandas da população. “A informação diária se populariza com a divulgação do sorteio dos bichos, a publicação de folhetins, o destaque aos eventos policiais e esportivos; porém, há algo mais que os leitores esperam, como o relato político menos engajado, a visão ampla do que acontece no exterior” (BAHIA, 1990, p. 131).

Nesta perspectiva, o autor afirma que o registro de acontecimentos manipulados pela restrição da opinião cede espaço para procedimentos flexíveis, ágeis, dinâmicos. Então, paulatinamente nas redações chegam o repórter, o noticiarista e o setorialista. A informação cada vez mais presente no jornalismo faz os jornalistas criarem um senso intuitivo na seleção de notícias, como explica Michael Kunczik: “Em última análise, os valores informativos nada mais são que as suposições intuitivas dos jornalistas com referência àquilo que interessa a um público determinado, àquilo que chama sua atenção” (KUNCZIK, 1997, p. 243).

Segundo a classificação de Melo (2003), o gênero informativo é composto por nota, notícia, reportagem e entrevista. Tendo em vista que a nota é uma notícia caracterizada pela brevidade do texto, de informação rápida, em geral de apenas um parágrafo, e mais comum no rádio e na TV, vamos, portanto, nos deter na compreensão de notícia, reportagem e entrevista.

Marcondes Filho identifica a notícia como a informação convertida em mercadoria, “com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo” (MARCONDES FILHO, 1989, p.13). Para o autor, notícia é tudo aquilo que tornou-se anormal, contanto que a anormalidade seja de interesse dos jornais.

As notícias são o resultado final de um processo complexo iniciado na escolha e seleção de acontecimentos e tópicos de um conjunto de categoria social construída, conforme desenvolveu Stuart Hall:

Desastres, dramas, os gestos do dia-a-dia – cômicos e trágicos – de pessoas vulgares, a vida dos ricos e poderosos, e temas tão perenes como o futebol (...), todos eles encontram um lugar regular nas páginas de um jornal. Duas coisas resultam disto: a primeira é que o jornalismo tenderá a *realçar* os elementos extraordinários, dramáticos, trágicos, etc., numa ‘estória’ para reforçar a sua notabilidade; a segunda é que acontecimentos que maior pontuação tenham num número destes valores-notícia terão maior potencial noticioso do que os outros (HALL, 1993. p.225).

O processo de elaboração de uma notícia não é tão simples na percepção de Ronaldo Henn (1996), pois, entre o acontecimento e sua veiculação no noticiário, há percursos densos, análise e compreensão do fenômeno. Afinal, a notícia é uma parte importante da vida cultural e social da contemporaneidade. Tanto é que Mauro Wolf afirma que é preciso critério de noticiabilidade para delimitar o que vai ser divulgado ou não. “A noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (WOLF, 2003. p.196).

Miguel Alsina (2009) entende a notícia como a construção social da realidade, porém acredita que ela não é a única instância onde se produz realidade. O autor propõe uma definição para notícia: “É uma representação social da realidade quotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA 2009, p. 14). Cabe, portanto, ao jornalista a tarefa de selecionar através de critérios aquilo que deverá ser a notícia.

Nessa seleção intervêm muitos critérios cuja importância pode vir variando segundo as circunstâncias do dia-a-dia. Mas, de qualquer jeito, o jornalista vai se perguntando se um fato merece ser notícia. Em alguns casos, a magnitude do acontecimento faz com que a pergunta, se é que chega a ser cogitada, seja absolutamente desnecessária; mas em outros casos, o jornalista vai se questionar quais os elementos do acontecimento podem se tornar notícia. Para isso, ele levará em conta, basicamente, se isso interessa aos leitores, se interessa aos seus chefes, e se for possível, de acordo com o material que possui, se essa notícia pode ser feita (ALSINA, 2003, p. 295).

Sem dúvida, o gênero notícia é o elemento principal do jornalismo. Nele é possível encontrar as informações básicas de um acontecimento (o quê, onde, quando, como e por que). Sousa Pinto (2009) lembra que os manuais de jornalismo listam vários critérios para

definir a importância da notícia, são eles: ineditismo, improbabilidade, utilidade, apelo, empatia, conflito, proeminência e oportunidade, de modo que todos contribuam para provocar o interesse do leitor.

Com base na notícia, fica sutil definir a reportagem e a entrevista. Na visão de Sodré e Ferrari (1989), a reportagem não prescinde de atualidade, pois não tem caráter imediato, sua função é oferecer um detalhamento daquilo que já foi anunciado. Em outras palavras, é uma notícia que necessita ser desenvolvida.

A reportagem recupera informações do cotidiano e as aprofunda, especificando o desenrolar dos fatos. Geralmente as reportagens se apresentam de três formas: fatos, ação e documental. A primeira apresenta o acontecimento de forma semelhante à notícia, com os fatos narrados de forma sucessiva e com informações relevantes. A segunda busca um clímax durante a narração do fato, sem deixar de mencionar o lide. E a última geralmente aborda temas polêmicos, por isso, é baseada em citações, entrevistas e documentos. Sodré e Ferrari (1986) exemplificam o conceito de reportagem:

[...] a reportagem oferece detalhamento e contextualização àquilo que já foi enunciado, mesmo que seu teor seja predominante informativo. Um fato recente (a morte de uma personalidade, uma casamento célebre, etc.), um assunto polêmico (discos voadores, cura do câncer, homossexualismo) ou perfis de pessoas em destaque – todos poderão ser temas de reportagens, mas só no primeiro caso haverá exigências mais severas quanto à atualidade. Assim mesmo, um fato importante acontecido há cinco ou dez anos poderá ser “comemorado” por uma reportagem, que reproduza quase que da mesma forma original” (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 18).

Por sua vez, a entrevista é um relato onde é privilegiado um ou mais personagens, protagonistas, expondo-os a um contato direto com a coletividade. Segundo Nilson Lage, “é o procedimento clássico de apuração de informações em jornalismo. É uma expansão da consulta às fontes, objetivando, geralmente, a coleta de interpretações e a reconstituição de fatos” (LAGE, 2005. p.73). Neste contexto, a entrevista é técnica, mas enquanto gênero, ela é uma conversa com o objetivo definido, seja retratar um perfil ou debater sobre determinado tema em voga na sociedade.

Nilson Lage (2005) apresenta vários tipos de entrevistas. A ritual, geralmente breve, com ponto de interesse na exposição – da voz, da figura - do entrevistado ao invés do que ele tem a comunicar. A temática, quando aborda um tema e se supõe que o entrevistado tenha condições e autoridade para tratar do assunto. Testemunhal, refere-se

ao relato de quem já participou de algum fato relevante, para então reconstituí-lo. E, por último, a entrevista em profundidade, na qual o objetivo não é um assunto particular ou um tema específico, “mas a figura do entrevistado, a representação de mundo que ele constrói, uma atividade que desenvolve ou um viés de sua maneira de ser, geralmente relacionada com outros aspectos de sua vida” (LAGE, 2005, p 75).

Independente do gênero percebe-se que a informação tornou-se núcleo central do jornalismo. Para Genro Filho (1987), o jornalismo informativo é o modelo a ser seguido, sendo um ‘jornalismo por excelência’. É fato, portanto, que a informação ganhou espaço devido ao aumento da população urbana e cresce em vistas de uma sociedade cada vez mais alfabetizada e sedenta de conhecimento.

Possibilidades de análise do discurso jornalístico

Sem dúvida, toda opinião manifestada através dos gêneros jornalísticos revela uma carga discursiva repleta de intenções, ideologias e crenças, muitas vezes dissimuladas para adentrar inconscientemente ao universo do leitor. Portanto, se torna necessário o estudo de discurso na perspectiva de vários autores que aqui serão assinalados. A palavra discurso é ouvida em várias situações do cotidiano: “Mas como o discurso do senador foi interessante”, “Isto faz parte do discurso religioso”, “Na formatura ele vai fazer um extenso discurso”, “Esse discurso é só história”. Assim, tendo em vista que a palavra ‘discurso’ tem vários significados, vale dizer que não estamos estudando-o do ponto de vista da linguagem no qual ele significa fala, exposição oral, muitas vezes com o sentido pejorativo de fala vazia ou cheia de palavreado ostentoso.

O discurso, bem como a sua análise, é uma área de estudo muito diversificada, com uma variedade de abordagens em várias disciplinas. Michel Foucault (1970) concebe o discurso como prática ou uma dispersão formada por elementos desconectados sem princípio de unidade. Desse modo, cabe ao analista do discurso perceber a dispersão, descrevê-la e estabelecer regras para organizar a formação do discurso. Foucault também trabalha com o conceito de formação discursiva, esta sendo um sistema de relações entre os objetos, tipos enunciativos, estratégias e conceitos. O discurso, portanto, pode ser definido como um aglomerado de enunciados a fim de remeter a uma mesma formação discursiva.

Michel Foucault (1970) supõe que, na sociedade, todo discurso é controlado, organizado, selecionado e redistribuído por determinado número de procedimentos com a finalidade de ‘exorcizar’ os poderes e perigos, bem como frear acontecimentos aleatórios, disfarçando sua ‘temível’ materialidade. Para o autor, os discursos podem aparentemente ser inocentes, mas nos interditos que o atingem são revelados o vínculo de desejo e poder: “É como se o discurso fosse um dos lugares onde estas regiões exercem, de maneira privilegiada, algumas dos seus mais temíveis poderes” (FOUCAULT, 1970, p.2).

As concepções de Foucault sobre o discurso deram origem à Escola de Análise do Discurso – AD por volta dos anos 60 e 70 na França, um país com forte tradição escolar no estudo do texto literário. Conforme a AD, as condições de produção – conjunto dos elementos necessários para produção de um discurso - são: o contexto histórico-social, os interlocutores, o assunto tratado, o sujeito; todos eles devem ser levados em consideração quando há interesse em saber o sentido do discurso. Além disso, a AD, em suas análises, estuda a linguagem além de seu aspecto gramatical, avançando para aspectos ideológicos e sociais. Em outras palavras, a língua é vista como uma aliada às condições sócio-históricas.

De acordo com os princípios da AD, o sujeito do discurso – aquele que fala – é um ser marcado por historicidade, situado na história da sua comunidade, com tempo e espaço bem delimitados. O sujeito também é ideológico à medida que sua fala reflete seus valores e crenças presentes em um dado momento histórico de um grupo social. Além disso, o sujeito desenvolve o discurso de forma orientada, planejada e ajustada em vista do diálogo com seu interlocutor. A AD também acredita que na fala do sujeito do discurso há outras vozes que também falam, ou seja, é constituída uma relação com o outro. Logo, o sujeito do discurso se reconhece como tendo uma determinada identidade com os outros.

Refinando a teoria de Michel Foucault, fica compreendido o discurso como um jogo estratégico e polêmico que não pode ser analisado simplesmente pelo viés da linguagem, mas com um olhar voltado para suas estratégias de ação e reação, dominação e defensiva ou pergunta e resposta. Para Brandão (2004), a perspectiva de Foucault lança luz sobre as relações de saber e poder, “pois quem fala, fala de algum lugar, a partir de um direito reconhecido institucionalmente. Esse discurso passa por verdadeiro, que veicula saber (o saber institucional), é gerador de poder” (BRANDÃO, 2004, p. 37).

Segundo Orlandi (2005), a noção de discurso é distanciada do esquema elementar da comunicação – emissor, receptor, código, referente e mensagem. Para ela, “as relações da linguagem são relações de sujeitos e de sentidos e seus efeitos são múltiplos e variados. Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores” (ORLANDI, 2005, p 21). A autora prossegue argumentando que o discurso não pode ser confundido com a fala:

O discurso não corresponde à noção de fala, pois não se trata de opô-la à língua como sendo um sistema, onde tudo se mantém, com sua natureza social e suas constantes, sendo o discurso, como a fala, apenas uma ocorrência casual, individual, realização de sistema, fato histórico, assistemático, com suas variáveis etc. O discurso tem sua regularidade, tem seu funcionamento que é possível apreender se não opomos o social e o histórico, o sistema e a realização, o subjetivo ao objetivo, o processo ao produto (ORLANDI, 2005, p.22).

Sem seguir linhas de escolas de análise do discurso, Orlandi (2005) desenvolve dispositivos de análise. Para ela, a análise do discurso não procura o sentido “verdadeiro”, porém, busca o real sentido em sua materialidade linguística e histórica. Ela espera do analista uma posição neutra, mas relativizada devido à interpretação. Segundo a autora, “ele não se coloca fora da história, do simbólico ou da ideologia. Ele se coloca em uma posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentidos em suas condições” (ORLANDI, 2005, p. 61).

Nesse sentido, Orlandi (2005) propõe bases para análise de discurso. Um dos primeiros pontos é a constituição, delimitação do *corpus*, pois decidir o que faz parte do *corpus* já é decidir acerca das propriedades discursivas. Desse modo, a análise começa pelo próprio estabelecimento do *corpus*. E este jamais pode ser confundido com texto, pois o texto é a unidade que o analista tem diante de si e da qual ele parte. Logo, o texto é imediatamente remetido a um discurso que faz referências a formações ideológicas e conjunturas do momento.

A análise de discurso, como articula Orlandi (2005), visa compreender como um objeto simbólico produz sentidos. Para tanto é preciso diferenciar o conceito de texto e discurso, pois o texto é unidade de análise e o discurso o efeito de sentido entre os locutores. “Então, para a análise de discurso, o que interessa não é a organização linguística do texto, mas como o texto organiza a relação da língua com a história no trabalho significativo do sujeito em sua relação com o mundo” (ORLANDI, 2005, p.69).

Assim, o discurso jamais é igual ao texto e o sujeito não produz apenas um discurso em um texto.

Para a descoberta do discurso, Orlandi (2005) orienta identificar o sujeito, autor. Na percepção dela, o autor é o princípio de agrupamento do discurso, unidade e origem de suas significações. Tal exigência de identificação do autor tem finalidade bem objetiva. Ao tornar o autor visível – enquanto autor - fica claro suas intenções, objetivos e direção argumentativa.

Fairclough (2001) propõe, ao usar o termo ‘discurso’, levar em consideração “o uso de linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais. Isso tem várias implicações” (FAIRCLOUGH, 2001 p. 90-91). O que fica subtendido é a visão do discurso como um modo de ação, uma forma pela qual as pessoas podem agir sobre o mundo e sobre os outros; implica também em uma relação entre o discurso e a estrutura social. Assim o discurso passa a ser moldado e restringido pela estrutura social amplamente e em vários níveis. Nesse ponto, Fairclough reconhece uma grande contribuição de Foucault para os estudos de discursos.

101

Aqui está a importância da discussão de Foucault sobre a formação discursiva de objetos, sujeitos e conceitos. O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo um mundo em significado (FAIRCLOUGH, 2001, p.91).

Nesse contexto, o autor desenvolve a prática discursiva como constituída tanto de maneira convencional quanto criativa, contribuindo para reproduzir a sociedade – identidades sociais, relações sociais, sistemas de conhecimento e crenças – e também transformá-la. Assim sendo, identifica-se a prática social com várias orientações desde a econômica à ideológica, logo o discurso pode estar implicado em algumas delas. O autor está preocupado em estudar o discurso como prática política e ideológica.

A teoria de Análise Crítica do Discurso (ACD) é inovadora ao buscar examinar em profundidade o papel fundamental do discurso para a transformação social, além de examinar o papel da linguagem na reprodução das práticas sociais e ideológicas. Compreende-se que o trabalho de Michel Foucault está mais direcionado a discursos bastante específicos, como o discurso da medicina, gramática, psiquiatria e outros. Já a

linha inglesa de análise está preocupada com qualquer tipo de discurso a exemplo da conversação, o discurso de mídia, entre outros.

Van Dijk (2008), também da escola inglesa de análise de discurso, está atento a encontrar formas como o poder é exercido, manifestado, disfarçado, descrito e até legitimado em declarações orais e textos dentro de um contexto social. Para ele, ao analisar discurso é importante verificar as condições de produção do mesmo. Nas palavras de Van Dijk: “Sendo assim, as perguntas centrais são: quem pode falar ou escrever o que, para quem, em quais situações? Quem tem acesso aos vários gêneros e formas do discurso ou meios de produção? Quanto menos poderosa for uma pessoa menor o seu acesso às várias formas de escrita e fala” (DIJK, 2008, p. 44).

Para Van Dijk (2008), a Análise Crítica do Discurso (ACD) deve cumprir uma série de requisitos para concretizar seus objetivos. Podemos enumerar esta série em cinco pontos: ACD deve ser melhor elaborada a qualquer outra investigação a ser aceita; deve concentrar-se nos problemas sociais, questões políticas, ao invés de paradigmas, correntes e modismos; quando estiver focada nos problemas sociais, deve normalmente se delinear como multidisciplinar; sempre deve explicar as estruturas do discurso em vez de apenas descrevê-las e, por último, deve focar a produção, confirmação e reprodução produzidas pelo discurso a fim de confirmar, legitimar, reproduzir ou desafiar as relações de dominação e poder na sociedade. O autor também buscar significar o que é a Análise Crítica do Discurso. Nas palavras dele:

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é um tipo de investigação analítica discursiva que estuda principalmente o modo como o abuso de poder, a dominação e a desigualdade são representados, reproduzidos e combatidos por textos orais e escritos no contexto social e político. Com essa investigação de natureza tão dissidente, os analistas críticos do discurso adotam um posicionamento explícito e, assim, objetivam compreender, desvelar e, em última instância, opor-se à desigualdade social (DIJK, 2008, p. 113).

Para uma análise de discurso de textos jornalísticos, Van Dijk apresenta pistas para o analista. Segundo ele, o discurso escrito geralmente é programado, planejado explicitamente; logo, é bem controlado. Assim, é indubitável que “dentre todas as formas de texto impresso, as dos meios de comunicação de massa são as mais penetrantes, se não as mais influentes, a se julgar pelo critério de poder baseado no número de receptores” (DIJK, 2008, p. 73). O autor afirma que a mídia jornalística tem o poder de

decisão para escolher os atores a serem representados na arena pública, bem como o que será dito a respeito deles e, *a priori*, como será dito. Também destaca que muitos detentores de poder possuem ampla cobertura da mídia jornalística, tendo, portanto, seu poder legitimado de maneira abrangente.

Conforme desenvolvido por Norman Fairclough (2001), a análise de discurso leva em conta três dimensões. A análise textual, “pode ser organizada em quatro itens: ‘vocabulário, ‘gramática, ‘coesão’ e ‘estrutura textual’ (FAIRCLOUGH, 2001, p. 103), assim ele considera o aspecto textual potencialmente significativo para a análise. Outra dimensão é a análise da prática discursiva, ou seja, “envolve processos de produção, distribuição e consumo textual e a natureza desses processos varia entre diferentes discursos de acordo com fatores sociais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 107). Nessa dimensão, investiga-se a interpretação e investigação dos discursos. A última dimensão é a análise da prática sociocultural, ou seja, o processo de produção, consumo e distribuição dos textos. Juntas, cada dimensão forma a teoria tridimensional para análise de discurso de Fairclough.

A contribuição de Fairclough permite identificar até que ponto as propostas de textos - tanto escritos quanto orais - são favoráveis à população, além de identificar o papel da hegemonia de determinados grupos sociais em detrimentos de outros. Desta forma, o conhecimento da produção, circulação e recepção dos discursos é uma atitude que permite o entendimento das condições históricas, econômicas e políticas de quaisquer assuntos presente no jornalismo.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica: história da imprensa brasileira**. 4ed. São Paulo: Ática, 1990. Vol.1

BRANDÃO, Helena Hathsuse Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. Campinas: editora da Unicamp, 2004.

BELTRÃO, Luiz. **Jornalismo Opinativo**. Porto Alegre: Sulina, 1980.

DIJK, Teun. A.van. **Discurso e Poder**. São Paulo: editora Contexto, 2008.

- FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: Editora UNB, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. Ed.5°. São Paulo: Loyola, 1996.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. Porto Alegre: Tchê, 1987.
- HALL, Stuart, et all. **A produção social das notícias: o mugging nos media**. In: TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Veja, 1993.
- HENN, Ronaldo. **Pauta e Notícia: uma abordagem semiótica**. Canoas: Ulbra, 1996.
- KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo- Norte e Sul: Manual de comunicação**. São Paulo: Edusp, 1997.
- LAGE, Nilson. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Campus-Elzevier, 2005.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **O Capital da Notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. 2ed. São Paulo: Ática, 1989.
- MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro**. 3ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Editora Pontes, 2005.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas**. São Paulo: Editora Publifolha, 2009.
- SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnicas de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística**. SP: Summus, 1986.
- TRAQUINA, Nelson (org). **Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'**. Lisboa: Vega, 1993.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2004.
- WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

Enviado em: 12 de Junho de 2015

Publicado em: 28 de setembro de 2015