

Materialidades discursivas e construção de sentidos

Daniella Lopes Dias Ignácio Rodrigues*

O estudo da relação entre *mídium* e discurso nunca se mostrou tão necessário quanto hoje. Maingueneau (2001) já evidenciou a revolução que os *mídiuns* audiovisuais e digitais proporcionaram às práticas de escrita e de leitura e ao modo como consumimos textos engendrados por e nessas manifestações materiais dos discursos; Silverstone (2014) já postulou o estudo da mídia como uma tarefa humanista; e, para oferecer mais um argumento, Chomsky já nos perguntou: “Em que tipo de mundo e de sociedade queremos viver e, sobretudo, em que espécie de democracia estamos pensando quando desejamos que essa sociedade seja democrática?” (CHOMSKY, 2013, p. 9).

É inegável, também, o papel da mídia no processo de construção e circulação de saberes, dos mais variados tipos, daqueles construídos nas práticas mais corriqueiras até as mais institucionalizadas, o que a eleva à prática discursiva de inegável importância na investigação científica, acionando várias disciplinas – filosofia, história, semiologia, linguística – na proposição de quadros teórico-metodológicos que possibilitem explicar as subjetividades, as ideologias, as identidades, as tecnologias, os acontecimentos discursivos, a dialogia, as emoções, enfim, o funcionamento da linguagem no discurso midiático.

Importa, pois, de início, esclarecer as noções de *mídium* e de mídia que aqui se atualizam entre um artigo e outro.

O termo *mídium* foi traduzido por Cecília Peres de Souza-e-Silva e Décio Rocha em **Análise de textos de comunicação**, de Dominique Maingueneau, em referência a *médium*, termo utilizado na obra de Debray, **Curso de midiologia geral**, traduzido no Brasil em 1993 pela editora Vozes, ao qual faz referência Maingueneau. Segundo os tradutores, a opção por *mídium* pareceu mais recomendável por fazer analogia à forma *midiologia* da obra de Debray e pela existência da palavra *médium*, que faz referência a outro conceito. Para Maingueneau (2001), o *mídium* refere-se ao suporte material dos discursos (papel, televisão, tela do computador, rádio) que “modifica o conjunto de um gênero de discurso” (MAINGUENEAU, 2001, p. 72).

Já mídia refere-se a um sistema cultural complexo, constituído de

uma dimensão simbólica – num constante jogo entre signos e sentidos –, que compreende a (re)construção, armazenamento, reprodução e circulação de produtos repletos de sentido, tanto para quem os produziu (os *media*) como para quem os consome (leitores, espectadores, telespectadores, etc.) [...] e de uma dimensão contextual – temporal e espacial – na medida em que esses produtos são fenômenos sociais situados em contextos que têm aspectos técnicos e comunicativos e propriedades estruturadas e estruturantes (THOMPSON, 1995 *apud* MEDRADO, 2000, p. 244).

Embora haja essa distinção, vez por outra, esses termos podem aparecer como sinônimos neste dossiê, que se intitula **Mídia e Discurso** e objetiva trazer à cena editorial acadêmico-científica pesquisas sobre as manifestações materiais dos discursos e a construção de sentidos e de efeitos de sentidos, tomando como foco eventos sociopolíticos do Brasil e da França, o debate feminista contemporâneo sobre gênero, como também a circulação e o consumo da atividade literária. Com isso, esse número temático se contrapõe à visão de que o *mídium* é apenas um meio de transporte do discurso. Nas palavras de Maingueneau (2001, p. 72), “muitas mutações sociais se manifestam

* Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Letras da PUC Minas. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Mídia e Discurso (MiD).

através de um simples deslocamento ‘midiológico’”. Fenômenos sociais como o debate feminista, as eleições políticas e até mesmo problemas familiares (podem-se citar como exemplo *talk-shows* como o programa Casos de Família, exibido pela TV SBT, que exibe problemas familiares, que em outras décadas eram discutidos em consultórios de psicologia ou em escritórios de advocacia) são apresentados e (re)apresentados de formas diferentes a depender da mídia em que se materializam. Não temos, nesses casos, como bem lembra Maingueneau (2001), uma simples troca de canal, mas toda uma transformação social.

Uma das questões levantadas neste dossiê é a que diz respeito à emergência de linguagens totalitárias, discussão realizada por Hugo Mari e Eliara Santana, que partem da abordagem de Hannah Arendt sobre totalitarismo, a fim de encorpar o debate tão necessário e atual sobre o espaço da imprensa – no caso do Brasil, da imprensa corporativa – “como um campo de ação social e um lugar de organização globalizante das relações de poder, das relações de força, em que a informação é um dispositivo discursivo que confere poder a quem o domina” (p. 206).

Renata Aiala de Mello e Renato de Mello, tomando como objeto o jornalismo brasileiro, contribuem com o dossiê propondo uma reflexão cujo objetivo geral “é analisar discursivamente a construção das identidades dessa instituição e o uso das emoções para se justificarem e acusarem umas as outras” (p. 179). Para isso, trazem como arcabouço teórico trabalhos de vários estudiosos da imagem de si (*ethos*) e das emoções (*pathos*) no discurso (*logos*), sobretudo Charaudeau, Plantin e Amossy.

De acordo com Charaudeau (2006), o discurso midiático é uma atividade linguageira que possibilita o vínculo social sem o qual não haveria posicionamentos identitários, noção discutida por Anderson Ferreira, a partir de aportes teóricos da Análise do Discurso de linha francesa, examinando o discurso midiático, a fim de verificar como “o dispositivo midiático engendra atravessamentos no interior de cada mídiun, afetando, desse modo, a relação recíproca entre gênero e tipo de discurso e a construção das identidades” (p. 97).

Para entender como um evento noticiado como o Crime Ambiental de Mariana é encenado pela mídia, Ângela Carrato, Geraldo Elísio e Sofia M. C. Diniz analisam publicações sobre o fato em veículos da mídia tradicional regional e nacional, oferecendo como conclusão o silenciamento dos interesses da cidadania em prol dos interesses empresariais e políticos. Nesse artigo, temos um bom exemplo de como as relações de poder podem funcionar nos processos de silenciamento. Os não ditos na mídia, e em outros discursos, claro, têm efeitos de sentido como têm os ditos. Segundo Eni Orlandi,

há um modo de estar em silêncio que corresponde a um modo de estar no sentido e, de certa maneira, as próprias palavras transpiram silêncio. Há silêncio nas palavras; o estudo do silenciamento nos mostra que há um processo de produção de sentidos silenciados que nos faz entender uma dimensão do não-dito absolutamente distinta da que se tem estudado sob a rubrica do “implícito” (ORLANDI, 2007, p. 11-12).

Em outras palavras, o silenciamento trabalha na delimitação de sentidos pelo mecanismo de apagamento, o que nos mostra as autoras ao afirmar que “o silenciamento sobre as causas do crime foi tamanho que a opinião pública passou a fazer coro com a versão de ‘acidente’ e até parte dos atingidos também começou a repeti-la acriticamente”.

Outros acontecimentos de repercussão internacional, assim como foi o da barragem de Fundão, em Mariana, foram os atentados em uma boate de Paris em 7 de janeiro de 2015, em que dois irmãos armados de rifles invadiram a redação do jornal Charlie Hebdo e mataram 12 pessoas, e as 80 mortes ocorridas em um show do Eagles of Death Metal, na sala de concertos Bataclan, na mesma cidade. Quando Paris foi atacada, as mídias sociais correram para mostrar seu apoio ao criarem as *hashtags* #JeSuisCharlie e #PeaceForParis. Um desenho, criado por Jean Jullien, da Torre Eiffel dentro de um círculo, conhecido como “Paz para Paris”, percorreu a internet, acompanhado com a *hashtag*.

Figura 1 - “Paz para Paris”



Fonte: Publicado em 13 nov. 2015 pelo designer francês Jean Jullien em suas redes sociais. Disponível em: https://www.instagram.com/p/-CvRmhhFJP/?utm_source=ig_share_sheet&igshid=h65hsw8h9f8j. Acesso em: 26 set. 2018.

A proposta do artigo de Justine Simon, intitulado “#JeSuisCharlie & #PeaceForParis: appropriation, reformulation and circulation of ‘Liberty leading the people’ on socio-digital networks during the Paris attacks”, “diz respeito aos mecanismos de apropriação, reformulação e circulação dessa pintura nas redes digitais durante esses dois trágicos eventos” (p. 80), trazendo ao debate a relação entre mídia e discurso e a criação de *hashtags* (#), popularizadas pela rede social Twitter, que são uma forma de comunicação que a cultura digital nos proporciona, uma espécie de “sinonímia” dos cartazes que as gerações anteriores à internet usavam para fazer suas manifestações políticas de rua.

Os protestos/manifestações atualizados na rede e inteiramente articulados às novas tecnologias de comunicação evidenciam, reiterando Maingueneau (2001), que as tecnologias não são apenas elementos materiais por onde os discursos são transmitidos, definição que é amplamente aceita por aqueles que utilizam a teoria social da mídia de John B. Thompson (1995) em **A mídia e a modernidade**. Elas, ao contrário, são formas novas de criação e (des)construção de realidades. Quando alguém faz ativismo por meio das “redes sociais”, não está simplesmente reproduzindo algo, mas está também produzindo, transformando realidades, alterando(-se), assim, de forma inédita, o ativismo político e social e os modos de participação nos discursos. Um bom exemplo desse fenômeno midológico é oferecido por Maingueneau (2001) sobre uma reunião eleitoral na França do século XIX. Nessa época, relata o autor, o discurso do orador se realiza sem a ajuda de nenhuma tecnologia, o que o obriga a falar em voz alta e os participantes a não emitirem um único sussurro. Décadas depois, no rádio, um político pode falar em voz suave, e os ouvintes não são mais aqueles que compartilham da mesma ideologia do orador do século XIX, mas pessoas – de ideologias várias – que se encontram em outro espaço diferente daquele do orador. Com o surgimento da televisão, os debates tomam lugar do discurso de um só. Segundo o autor, não podemos dizer que o gênero é o mesmo, pois “os diferentes *mídiuns* transformam radicalmente os conteúdos e as maneiras de dizer, a própria natureza do que se chama ‘discurso político’ e ‘política’” (MAINGUENEAU, 2001, p. 73).

Nessa seara de eventos políticos, Mariana Jantsch de Souza analisa os “desdobramentos do que chamamos de processo político, jurídico e social de rejeição e de destituição da Presidenta Dilma Rousseff” (p. 111), tomando como foco as questões de gênero, sintetizadas na fórmula #BelaRecatadaEDoLar, revelando o papel protagonista que a mídia assumiu no contexto do *impeachment* da presidenta ao conduzir “os processos de significação em direção ao desfecho político que vivenciamos, seja pelo excesso de repetições, seja pelo modo de significar a mulher” (p. 111).

Esse acontecimento político gerou uma série de efeitos de sentidos a partir dos inúmeros textos jornalísticos que foram publicados, tornando o acontecimento um objeto de estudo de singular importância na agenda da Análise do Discurso (AD) e de outras vertentes linguísticas, como também de outras áreas de conhecimento científico – sociologia e psicologia, para citar algumas. Para se ter uma ideia, em uma busca no Google Acadêmico, foram encontrados 11.700 resultados de trabalhos,

incluindo aí citações, sobre o *impeachment* ocorrido no ano de 2016 e o papel da mídia nesse processo. Nesse contexto, Alexcina Oliveira Cirne e Karl Heinz Efken analisam, neste dossiê, o convite que o deputado federal Eduardo da Fonte fez ao seu filho de 15 anos para votar em seu lugar no processo de *impeachment* de Dilma Rousseff, reproduzido numa reportagem do **Jornal do Comércio**. Para isso, os autores utilizam como principal fundamentação os trabalhos de Bourdieu (2007, 2003, 2004, 2008), no que diz respeito aos conceitos de “agente autorizado, *habitus*, capital linguístico, campo e mercado linguístico” (p. 123).

Outro estudo da mídia impressa que este dossiê oferece a seus leitores é a proposta de Aline Aver Vanin, Letícia Presotto, Gabriele Honscha Gomes e Ana Rachel Salgado com o estudo do texto **Os 18 vendilhões**, de Eliane Brum. As autoras se propõem a apresentar e discutir a progressão metafórica presente nesse texto que foi publicado em uma coluna de opinião de um periódico renomado. A partir do instrumental teórico-metodológico da Linguística de *Corpus*, as autoras mostram como “política, religião e raça contribuem para a construção da argumentação da autora sobre o poder estruturalmente construído que os homens ainda têm sobre as mulheres em diferentes cenários” (p. 191).

Trazendo para a discussão outras formas de materialização do discurso midiático, Graziela Frainer Knoll analisa, dialogicamente, a publicidade dos produtos MEN, de O Boticário, com foco nos construtos de gênero, usando os aportes de Bakhtin e seu Círculo. “A análise demonstra os índices axiológicos presentes na linguagem empregada pela marca na campanha publicitária e por consumidores-comentaristas na mídia social” (p. 81).

Tomando a mesma esfera de atividade – publicitária – que o artigo anterior como objeto de análise, assim como o mesmo quadro teórico, Grenissa Bonvino Stafuzza elege cinco pôsteres publicitários estadunidenses do filme **Bastardos Inglórios (Inglourious Basterds)**, 2009, de Quentin Tarantino, cotejando o enunciado verbovisual situado em uma esfera midiática com a história e com a literatura, especialmente, com os contos de fadas, revelando os possíveis sentidos que nascem do gênero em estudo.

Seguindo as propostas de pesquisa, Edvania Gomes da Silva propõe um estudo do enunciado “Umbanda e Candomblé não são religiões”, o qual faz parte da sentença emitida pelo Juiz Eugenio Rosa de Araújo, titular da 17ª Vara Federal do Rio de Janeiro, em 28 de abril de 2014, e reportado em algumas notícias da mídia impressa brasileira. O objetivo do trabalho é verificar “de que forma a emergência do referido enunciado na mídia funciona como um acontecimento discursivo, tal como definido por Pêcheux (2006, p. 25)”.

Sobre o Facebook, “espaço comunicativo altamente popular na atualidade e propício à atuação ciberativista”, Erika Cristina Dias Nogueira propõe uma análise discursiva das denúncias de violência de gênero divulgadas durante a campanha “Meu Amigo Secreto”, movimento que resultou “em grande participação e repercussão na Internet, discussões reflexivas *on-line* e *off-line* e, principalmente, um aumento das denúncias policiais de violência” (p. 55).

Como as mídias coexistem, temos, no Brasil, uma divulgação impressa mensal, a revista **Piauí**, “que nasceu com a proposta de romper com os modelos da mídia tradicional e apresenta-se como ‘uma revista para quem gosta de ler’”. Flávia Pereira Dias Menezes e André Luiz Silva pesquisam “as estratégias utilizadas pelos jornalistas ao relatarem as trajetórias de vida” dos deputados federais Jean Wyllys (PSOL) e Jair Bolsonaro (PSL), na coluna “Vultos da República” desse periódico, “a fim de mostrar como a revista construiu as narrativas de vida dos sujeitos conhecidos pelo grande público por apresentarem posicionamentos políticos e ideológicos opostos entre si” (p. 14).

Finaliza este dossiê um estudo também necessário na chamada “era digital” que diz respeito ao letramento midiático. A proposta é de Caio Antônio Nóbrega, que objetiva analisar “como o romance **Sweet Tooth**, escrito por Ian McEwan, na condição de objeto de mídia literário, representa aspectos midiáticos da própria literatura – operação” (p. 69) nomeada pelo autor de representação metamidiática.

Compõe também este volume uma resenha de autoria de Juliane Ferraz Oliveira que descreve e comenta a organização do livro de minha autoria **Escrita de pesquisa e para a pesquisa**. A proposta do livro é pensar o funcionamento da linguagem sob uma perspectiva discursiva, a qual defendo – às vezes até como um exercício de militância! – e na qual me formei. Sua abordagem são as estratégias de discursivização da escrita acadêmico-científica. No dizer de Oliveira, o objetivo do livro não é o de “produzir um manual recheado de prescrições normativas que visem, quase que exclusivamente, à reprodução de regras aplicáveis no processo de escrita”, pois, usando as palavras da resenhista, acredito que “a lógica predominantemente tecnicista” tem tornado os estudantes no nível acadêmico – acredito que na escola básica também – “copiadores de regras” e não produtores de conhecimento (p. 223).

Para finalizar, Sírio Possenti, representante exponencial da AD produzida no Brasil, nos concede uma entrevista em que mostra os vínculos necessários entre sociedade, mídia e conhecimento, bem como a importância dos acontecimentos para a análise do discurso porque “‘produzem’ *corpus*: primeiro, as notícias; depois, sua associação a outros acontecimentos (evoca-se uma memória, fala-se de um a partir de outro)” (p. 220). Essa associação, nas palavras do autor, “pode mostrar que o mesmo discurso volta sempre que ocorrem coisas semelhantes: voltam as mesmas palavras, com os mesmos ou com outros sentidos. [...] Constroem-se metáforas: fala-se de ‘soja louca’ porque se falou de ‘vaca louca’, de um ‘tsunami eleitoral’ porque antes se falou de um tsunami prototípico...” (p. 220).

Com sua clareza de sempre, Possenti fecha este dossiê temático que esperamos ser de contribuição para o debate científico e político sobre os efeitos do aparelho ideológico midiático na construção de sentidos e de efeitos de sentido em tempos tão ameaçadores de nossa tão frágil democracia.

Enfim, “nunca, na história deste país” tivemos tanto dado para análise linguística e discursiva. Foi considerando esse momento que propusemos esta publicação da **Revista Scripta**. Esperamos que os textos que aqui reunimos sejam um dos instrumentos da “coragem da verdade” na construção de um país mais igualitário porque acreditamos na função do discurso científico para alicerçar essa construção. Essa “coragem da verdade” é uma grade de leitura, entre tantas outras, sobretudo a do povo, que fundamenta a ação política que aqui sugerimos. Mas, atenção, uma grade que se define

por um domínio de objetos, um conjunto de métodos, um corpo de proposições consideradas verdadeiras, um jogo de regras e de definições, de técnicas e de instrumentos: tudo isto constitui uma espécie de sistema anônimo à disposição de quem quer ou pode servir-se dele, sem que o seu sentido ou a sua validade estejam ligados ao seu inventor. (FOUCAULT, 2004, p. 30).

Boa leitura!

Referências

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela S. M. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006.

CHOMSKY, N. Propaganda Política e Manipulação. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Cecília Peres de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2001.

MEDRADO, Benedito. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, Mary Jane. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. 3a. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

ORLANDI, E. **As formas do silêncio no movimento dos sentidos**. 6ª ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Edições Loyola, 2014.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução de Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis-RJ: Vozes, 1995.