

JORNALISMO E PERSPECTIVAS DE ENUNCIÇÃO: uma abordagem metodológica

MACHADO, Marcia Benetti

Jornalista. Doutora em Comunicação pela PUC de São Paulo; Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS e do Departamento de Comunicação da mesma universidade.

E-mail: marciama@uol.com.br

RESUMO

Este artigo propõe uma reflexão sobre a Análise do Discurso francesa como metodologia para mapeamento das vozes presentes no texto jornalístico. Compreende o jornalismo como um lugar de circulação e construção de sentidos, pressupondo que o discurso se constitui **entre** e **pelos** sujeitos. Para estudar esses sujeitos, retoma a distinção de locutores e enunciadore, articulando polifonia e perspectivas de enunciação.

Palavras-chave: Jornalismo. Metodologia. Análise do Discurso.

1 AD COMO MÉTODO

São diversos os modos legitimados pela ciência para tratar de objetos de pesquisa sob o enfoque da linguagem[1], e todos eles podem ser utilizados para a reflexão sobre o jornalismo como discurso. Uma das maneiras de aferir a maturidade de um campo de pesquisa é a explicitação das filiações teóricas que levam o pesquisador a esta ou àquela opção metodológica e dos procedimentos adotados em cada caso. Essa atitude possibilita que os membros da comunidade científica não apenas verifiquem os resultados dos estudos, mas também, e especialmente, aprendam uns com as experiências dos outros. Discutir teorias e métodos, portanto, é uma atitude científica que revela o amadurecimento de um campo de pesquisa.

Uma metodologia, sabemos, está longe de ser apenas um rol de procedimentos dos quais lançamos mão para resolver problemas específicos. Uma metodologia insere-se, necessariamente, em quadros teóricos capazes de sustentar uma visão particular sobre o objeto de pesquisa. Assim, recuperar o quadro teórico mais geral onde uma determinada metodologia faz sentido, indo além das características do objeto, é um movimento que nada tem de dispensável ou acessório.

Neste artigo, fazemos uma reflexão sobre a Análise do Discurso francesa (AD) como método de estudo de textos jornalísticos, inserindo-a, ainda que brevemente, nos referenciais teóricos pertinentes aos campos do jornalismo e da linguagem. Trazemos conceitos que dizem respeito a esses campos e que se articulam mutuamente, construindo um modo de ver o discurso jornalístico, e tratamos da contribuição da AD para o estudo das vozes[2].

2 LINGUAGEM E JORNALISMO

Compreendemos o jornalismo como um lugar de circulação e produção de sentidos. De forma sucinta, vemos o jornalismo como um discurso: dialógico; polifônico; opaco; ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; elaborado segundo condições de produção

e rotinas particulares; com um contrato de leitura específico, amparado na credibilidade de jornalistas e fontes.

Toda linguagem é dialógica, diz Bakhtin (1979, 1981), e o dialogismo pode ser pensado em dois planos:

Por um lado, o dialogismo diz respeito ao permanente diálogo, nem sempre simétrico e harmonioso, existente **entre os diferentes discursos** que configuram uma comunidade, uma cultura, uma sociedade. É nesse sentido que podemos interpretar o dialogismo como o elemento que instaura a constitutiva natureza interdiscursiva da linguagem. Por um outro lado, o dialogismo diz respeito às relações que se estabelecem **entre o eu e o outro** nos processos discursivos instaurados historicamente pelos sujeitos, que, por sua vez, instauram-se e são instaurados por esses discursos. (BRAIT, 1997, p. 98, grifos nossos).

Esses dois planos interessam ao jornalismo. O primeiro diz respeito à interdiscursividade[3], conceito mais associado aos estudos sobre sentidos. O segundo diz respeito à intersubjetividade, conceito de especial interesse para este artigo. O discurso não existe por si mesmo, ele só existe em um espaço **entre** sujeitos.

A intersubjetividade basta, na nossa opinião, para refutar a visão ingênua de que o discurso poderia conter uma verdade intrínseca ou uma literalidade[4]. Ora, se o discurso depende dos sujeitos para existir, isso significa que é produzido por esses sujeitos - não apenas pelo autor da fala[5] ou enunciador, mas também pelo sujeito que lê[6] o discurso. O discurso é, assim, opaco, não-transparente, pleno de possibilidades de interpretação e, no limite, indomável. Assumir essa característica como um dos pressupostos do jornalismo leva-nos a, obrigatoriamente, reconhecer que o texto objetivo é apenas uma intenção do jornalista, restando-lhe elaborar um texto que no máximo **direcione** a leitura para um determinado sentido, sem que haja qualquer garantia de que essa convergência de sentidos vá de fato ocorrer. A pretensão de desambigüizar o mundo (MARIANI, 1998), que sustenta o jornalismo a partir de seu objetivo de relatar “fielmente” os acontecimentos, revela-se frágil e ilusória sempre que problematizada pelo viés da linguagem.

O fato de o discurso ser construído de forma intersubjetiva exige compreendê-lo como histórico e subordinado aos enquadramentos sociais e culturais. Se o vemos deste modo, necessariamente somos obrigados a abandonar uma outra visão ingênua, a de que o discurso poderia ser analisado sem considerar o contexto de produção de sentidos - tanto o contexto de enunciação, quanto o contexto de leitura. Como diz Orlandi (1993, p. 18):

O princípio teórico fundamental, então, é considerar que há uma relação entre linguagem e exterioridade que é constitutiva. Essa é uma relação orgânica e não

meramente adjetiva. Não se dirá, assim, que se acrescentam dados históricos para melhor delimitar a significação: dir-se-á que o processo de significação é histórico.

O dizer do homem é afetado pelo sistema de significação em que o indivíduo se inscreve. Esse sistema é formado pela língua, pela cultura, pela ideologia e pelo imaginário - com toda a complexidade e diversidade que esses campos pressupõem. Dizer e interpretar são movimentos de construção de sentidos, e, assim como o dizer, também o interpretar está afetado por sistemas de significação. A AD está preocupada com este movimento de instauração de sentidos, que requer compreender os modos de funcionamento de um discurso.

Na leitura crítica, não se considera a linguagem como um código transparente e neutro, cujos sentidos estariam sendo continuamente manipulados e transmitidos conforme os interesses de cada um. Se as notícias publicadas trazem na sua constituição textual traços histórico-sociais, e isso faz parte dos processos de significação, é porque linguagem e história se constituem mutuamente e os sentidos precisam ser pensados na sua historicidade. Os sentidos não estão presos ao texto nem emanam do sujeito que lê, ao contrário eles resultam de um processo de interação texto/leitor.

Para tornar um pouco mais complexa esta discussão, acrescentemos que nosso atento sujeito-leitor também é constituído por processos sociais e históricos, mas estes processos não são totalmente visíveis para ele. Ao ler, i.e., ao significar, um leitor mobiliza suas histórias de leituras, relacionando o texto lido a outros textos já conhecidos. Da mesma forma, pode correlacionar o que lê a si mesmo, i.e., à sua própria história pessoal, bem como ao momento histórico em que vive e ao contexto de produção da obra. Leitor e texto, portanto, vão se integrando e se desvencilhando à medida em que a historicidade de ambos emerge no processo de leitura. (MARIANI, 1999, p. 106).

Para compreender o funcionamento do discurso jornalístico, é preciso considerar o contrato de leitura que se estabelece entre jornalistas, fontes e leitores. Neste momento, é necessário interpor à reflexão um ponto de vista teórico sobre jornalismo[7]. A Teoria Construcionista surge, nos estudos de jornalismo, nos anos 70 do século XX, em contraposição às visões filiadas ao paradigma positivista - segundo as quais o jornalismo seria capaz de refletir a realidade tal como ela é[8]. Não há lugar para essa crença no Construcionismo, que se insere no paradigma construtivista, segundo o qual toda representação é uma construção subjetiva da realidade.

O jornalismo é um modo de conhecimento: ele tanto produz um conhecimento particular sobre os fatos do mundo, quanto reproduz os conhecimentos gerados por outras instituições sociais. Mas o conhecimento não pode ser apenas transmitido ou repassado, ele é recriado.

[...] tanto quem ensina quanto quem aprende não se limitam a reproduzir um saber que existia anteriormente a seus atos, mas **re-criam** este conhecimento nos próprios atos de aprender e de ensinar. Desta forma, pode-se afirmar que o conhecimento não se transmite, antes se **re-produz** (MEDITSCH, 1997)[9].

O jornalismo lança mão de mapas culturais de significado que existem na sociedade e ajuda a reforçá-los ou apagá-los, contribuindo para o estabelecimento de “consensos” a respeito de valores e atitudes. [...] Esse processo de “tornar um acontecimento inteligível” é um processo social - constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (freqüentemente só de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona. Uma tal assunção de fundo constitui a natureza **consensual** da sociedade: o processo de significação - dando significados sociais aos acontecimentos - **tanto assume como ajuda a construir a sociedade como um “consenso”**. Existimos como membros de uma comunidade porque - é suposto - partilhamos uma quantidade comum de conhecimentos culturais com os nossos semelhantes; temos acesso aos mesmos “mapas de significados” (HALL et al, 1993, p. 226).

A notícia é um dos eixos norteadores dos parâmetros sociais de normalidade e anormalidade. Ao lidar essencialmente com o que é inesperado, incomum ou perigoso, o jornalismo acaba indicando o que seria socialmente desejável, normal ou adequado. De forma mais ampla, o jornalismo constrói sentidos sobre a realidade, em um processo de contínua e mútua interferência - indo além, o jornalismo atua como estruturador do real (MOTTA, 2000).

De forma mais restrita, pode-se afirmar que a notícia é uma construção social que depende basicamente de seis condições de produção ou existência (TRAQUINA, 2002): a realidade, ou os aspectos manifestos dos acontecimentos; os constrangimentos organizacionais, que podem incluir a intervenção dos proprietários dos meios e questões econômicas; as narrativas que orientam o que os jornalistas escrevem; as rotinas que determinam o trabalho; os valores-notícia dos jornalistas; as identidades das fontes de informação utilizadas.

Todas essas condições estão inscritas em um contrato de leitura bastante específico. Em termos de discurso (MAINGUENEAU, 2004), pode-se dizer que o discurso jornalístico é um **gênero** dentro do **tipo** midiático. Para produzir e compreender um discurso, exige-se dos interlocutores certa competência sobre o gênero em questão: sei o que esperar de um discurso, assim como sei formulá-lo, porque conheço as características daquele gênero em particular. “A relação entre um suporte e seu leitorado repousa sobre aquilo que nós chamamos de **contrato de leitura**. O discurso do suporte, de um lado, seus leitores, de outro, são as duas ‘partes’ entre as quais se

atém, como em todo contrato, um laço, aqui a leitura. No caso das comunicações de massa, evidentemente, é a mídia que propõe o contrato” (VERÓN, 1999, p. 4-5).

Um contrato é firmado social e simbolicamente sobre normas que definem os papéis dos interlocutores e os deveres, permissões e interdições concernentes a cada um.

Dizer que o gênero de discurso é um **contrato** significa afirmar que ele é fundamentalmente cooperativo e regido por normas [...]. Todo gênero de discurso exige daqueles que dele participam a aceitação de um certo número de regras mutuamente conhecidas e as sanções previstas para quem as transgredir. Evidentemente, esse “contrato” não necessita ser objeto de um acordo explícito [...] (MAINGUENEAU, 2004, p. 69).

No jornalismo, o contrato entre jornalistas e leitores ampara-se nestes pressupostos, ainda que ilusórios: o jornalista não mente; embora a empresa e o jornalista possam ter interesses particulares, esses não superam o interesse do leitor; o jornalista só recorre a fontes credíveis; o jornalista cruza fontes e versões, oferecendo informações confirmadas. Em suma: o jornalismo se ampara na credibilidade dos sujeitos envolvidos no processo: fontes, jornalistas e veículos (BERGER, 1998). Passamos então a tratar mais detalhadamente da identificação das vozes presentes no discurso jornalístico.

3 LOCUTORES E ENUNCIADORES

O discurso jornalístico é, idealmente, polifônico^[10] - por ele circulam diversas vozes. De imediato, podemos citar como vozes do discurso jornalístico todas as fontes^[11], o jornalista-indivíduo que assina o texto, o jornalista-instituição^[12] quando o texto não é assinado, o leitor que assina a carta publicada. O jornalismo é, por definição, **um campo de interação**.

Os jornalistas realizam interações sociais e culturais com as fontes num conjunto diverso de ambientes [...], usando fontes selecionadas para formar as suas próprias opiniões de especialistas, muitas vezes explicitadas nos espaços noticiosos. Jornalistas e fontes formam um círculo hermenêutico cujo entendimento tem por missão a articulação de interesses comuns (SANTOS, 1997, p. 169).

O discurso é fruto do trabalho de interação entre sujeitos - como vimos antes, é sua característica dialógica e intersubjetiva, que inclui tanto o processo de dizer quanto o processo de interpretar. O discurso é constitutivamente dialógico, mas não necessariamente polifônico. Para identificar o seu caráter polifônico ou monofônico, é preciso mapear as vozes que o conformam e, nesse movimento, refletir sobre as **posições de sujeito** ocupadas por indivíduos distintos.

Na AD, podemos falar de pelo menos dois níveis de definição de vozes. No primeiro (BRANDÃO, 1998), que é um nível de definição simples ou elementar, temos três instâncias de sujeitos inscritos em um discurso: o **locutor**, o **alocutário** e o **delocutário**. O locutor é aquele “que fala” - não apenas o falante, mas os sujeitos que falam por meio dele; temos um locutor autor, por assim dizer, e os locutores a quem ele dá voz por meio de sua fala. O alocutário é aquele “para quem o texto se dirige” - pode ser um interlocutor definido, em uma conversação, ou um alocutário anônimo, como geralmente ocorre na comunicação midiática. O delocutário é aquele “de quem se fala” - é o que se pode chamar de referente, ainda assim um sujeito.

De modo geral, porém, esse quadro de vozes não consegue responder a problemas que vão além do mapeamento dos indivíduos envolvidos: os que falam, os que são objetos de referência, os que lêem. Por isso, para o estudo do jornalismo sugerimos o segundo nível de definição, proposto por Ducrot (1987) e que supõe a distinção entre **locutor** e **enunciador**. Essa opção resulta de uma compreensão anterior, conceitual, que deve ser resgatada.

Em primeiro lugar, o sujeito do discurso é um sujeito disperso e descentrado (FOUCAULT, 1995). O indivíduo, ao falar, ocupa uma posição determinada, **de onde** deve falar naquele contexto de produção. Isso quer dizer que o mesmo indivíduo, cindido em diversos sujeitos, move-se entre diversas posições de sujeito. A mesma regra vale para o indivíduo que lê.

Em segundo lugar, essas posições de sujeito são lugares que os indivíduos metaforicamente “vêm ocupar”. São lugares construídos fora do discurso em questão, segundo determinações culturais, sociais e históricas. As instâncias de enunciação - e, lembremos, também as de interpretação, onde o discurso também se constitui - são compreendidas como lugares.

Em terceiro lugar, os sentidos se configuram, materialmente, em torno do que em AD chamamos Formações Discursivas. Dizemos que uma Formação Discursiva é aquilo que pode e deve ser dito, em contraposição ao que não pode e não deve ser dito, a partir de uma posição dada, em uma conjuntura dada (PÊCHEUX, 1988). Traduzindo, a Formação Discursiva **contém** a posição de sujeito que a determina: “naquela” posição, “naquela” conjuntura social e histórica, apenas alguns sentidos “podem e devem” ser construídos. Este “externo” que acaba determinando a materialidade discursiva é denominado, na AD, Formação Ideológica[13].

O reconhecimento dessas questões - de que um mesmo indivíduo se move entre posições de sujeito distintas, e que estes lugares estão definidos externamente ao discurso - leva-nos a optar pela teoria polifônica da enunciação de Ducrot[14], que diferencia locutores e enunciadores.

O locutor é o sujeito que fala e que pode ser identificado como o responsável, ao menos imediatamente, pelo enunciado.

Por definição, entendo como locutor um ser que é, no próprio sentido do enunciado, apresentado como seu responsável, ou seja, como alguém a quem se deve imputar a responsabilidade deste enunciado. É a ele que refere o pronome **eu** e as outras marcas da primeira pessoa. [...] o locutor, designado por **eu**, pode ser distinto do autor empírico do enunciado, de seu produtor - mesmo que as duas personagens coincidam habitualmente no discurso oral. Há de fato casos em que [...] o autor real tem pouca relação com o locutor, ou seja, com o ser, apresentado, no enunciado, como aquele a quem se deve atribuir a responsabilidade da ocorrência do enunciado (DUCROT, 1987, p. 182).

Tomemos o exemplo de um texto em que o jornalista reproduz o enunciado de uma fonte, sem, no entanto, citá-la. O autor real ou empírico é a fonte, mas quem se apresenta como locutor do discurso é o jornalista - e a responsabilidade sobre a veracidade ou não do enunciado recai sobre o locutor[15].

Identificar os locutores de um discurso, então, é um movimento relativamente simples. Um locutor é um indivíduo que se apresenta como tal, no discurso, por marcas de identificação variadas (o jornalista que assina; o jornalista que escreve sem assinar, mas que repassa a identificação imediata ao veículo; a fonte citada de modo explícito; a fonte indicada como “*off*”; o leitor que assina uma carta; o articulista que assina um artigo etc.).

A complexidade maior recai sobre o estudo dos enunciadores. Embora exija o domínio e a articulação de conceitos da AD, arriscamos dizer que, sem atingir este nível de análise, não é possível concluir se um discurso é **de fato** polifônico ou não - e não há como reconhecer pluralidade e diversidade, no jornalismo, sem que se identifique um discurso **efetivamente** polifônico. Sem polifonia, no sentido da perspectiva de Ducrot, estamos diante de um discurso apenas falsamente plural.

O enunciator deve ser entendido como “a pessoa de cujo ponto de vista são apresentados os acontecimentos” (DUCROT, 1987, p. 195). O locutor é quem fala, o enunciator é aquele “a partir de quem se vê”. Ou seja: o enunciator deve ser identificado, na análise das vozes, como a **perspectiva a partir da qual** o enunciator enuncia. Essa perspectiva está diretamente associada a uma posição de sujeito, conformada também por inscrições culturais, sociais e históricas, que podemos - na estrutura da AD - reunir nas Formações Ideológicas.

No jornalismo, podemos pensar no exemplo de uma reportagem que ouça, digamos, quatro fontes. Em princípio, teríamos cinco locutores: o jornalista e as fontes. Aparentemente, é um texto polifônico. No entanto, é preciso, depois de identificar os locutores, ir às perspectivas de enunciação. Se todas as quatro fontes enunciarem sob a mesma perspectiva, filiadas aos mesmos interesses e inscritas na mesma posição de

sujeito, apenas complementando-se umas às outras, podemos dizer que configuram um único enunciador. Se, além disso, o jornalista se posiciona ao lado dessas fontes, então também ele está regido pelo mesmo enunciador. Teríamos, assim, um texto aparentemente polifônico, pois claramente constituído por cinco vozes diferentes, que, na verdade, é monofônico, pois é constituído por um único enunciador.

Como se esta complexidade não fosse suficiente, é preciso pensar em uma situação oposta, mas factível, quando um mesmo locutor se posiciona ora de uma perspectiva, ora de outra - e o que seria um texto monofônico pode ser, na verdade, polifônico. Embora pareça estranho, esse é o tipo de movimento de vozes presente em alguns editoriais, por exemplo, quando a empresa jornalística não quer se posicionar claramente.

4 É PRECISO AVANÇAR NO MÉTODO

Quem estuda as vozes do discurso jornalístico sabe que é um tipo de pesquisa de grande complexidade, pois exige muito mais do que meramente identificar “quem fala”. Mapear os enunciadores requer a incorporação de conceitos fundantes da Análise do Discurso, associados à compreensão do jornalismo como um modo de conhecimento que resulta das condições de produção ou existência aqui já citadas.

Entre as grandes problematizações a serem feitas sobre o jornalismo, está a relação entre sua natureza pública e a exigência de que seja um lugar de circulação de diferentes saberes sobre os fatos e o mundo. Assim, somente a pluralidade de **perspectivas de enunciação** pode configurar o jornalismo como um campo plural e representativo da diversidade social. Muitos locutores não significam, necessariamente, muitos enunciadores. Por trás de aparentes polifonias, muitas vezes escondem-se textos essencialmente monofônicos. Revelar este funcionamento discursivo é uma das contribuições que a Análise do Discurso pode oferecer aos estudos de jornalismo, desmitificando a idéia de que um texto com muitas fontes é, naturalmente, plural.

Para que a pesquisa avance no sentido de identificar e compreender as perspectivas de enunciação presentes no jornalismo, é preciso que o método de investigação incorpore a distinção entre locutores e enunciadores. O mero mapeamento de “quem fala”, classificando as fontes em categorias primeiras - como, por exemplo, oficiais e não-oficiais -, não se mostra suficiente para evidenciar quem de fato tem voz social no discurso jornalístico.

ABSTRACT

This article proposes a reflection on the French Discourse Analysis as a methodology for mapping out the voices present

in journalistic texts. Journalism is regarded as a place of circulation and construction of meaning, assuming discourse constitutes itself **between** and **by** subjects. To study these subjects, a distinction between interlocutors and enunciators is retrieved, articulating polyphony and perspectives of enunciation.

Keywords: Journalism. Methodology. Discourse Analysis

RESUMEN

Este artículo propone una reflexión sobre el Análisis del Discurso de línea francesa como metodología para el mapeamiento de las voces presentes en el texto periodístico. Comprende el periodismo como un lugar de circulación y construcción de sentidos, presuponiendo que el discurso se constituye en los sujetos y a través de ellos. Para estudiar a estos sujetos, retoma la distinción de locutores y enunciadores, articulando polifonía y perspectivas de enunciaci3n.

Palabras-clave: Periodismo. Metodología. Análisis del Discurso.

REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem** . São Paulo : Hucitec, 1979.
- _____. **Problemas da poética de Dostoiévski** . São Paulo: Forense, 1981.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto : a terra e o texto**. Porto Alegre: UFRGS, 1998.
- BRAIT, Beth. Bakhtin e a natureza constitutivamente dialógica da linguagem. In: BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin, dialogismo e construção do sentido** . Campinas: Unicamp, 1997.
- BRANDÃO, Helena Nagamine. **Subjetividade, argumentação, polifonia : a propaganda da Petrobrás**. São Paulo: Unesp, 1998.
- DUCCROT, Oswald. **O Dizer e o dito** . Campinas: Pontes, 1987.
- DURAND, Gilbert. **As Estruturas antropológicas do imaginário : introdução à arquetipologia geral**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- _____. **O Imaginário : ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 2.ed. Rio de Janeiro: Difel, 2001.
- FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do saber** . 4.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo : questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação** . 3.ed. São Paulo: Cortez, 2004.
- MARIANI, Bethania. **O PCB e a imprensa : os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)**. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: Unicamp, 1998.
- MARIANI, Bethania. Sobre um percurso de análise do discurso jornalístico: a Revolução de 30. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (Org.). **Os múltiplos territórios da Análise do Discurso** . Porto Alegre: Sagra-Luzzatto, 1999.
- MEDITSCH, Eduardo. **O Jornalismo é uma forma de conhecimento?** 1997. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt> Acesso em: 14.jun.2005.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **A psicanálise do texto : a mídia e a reprodução do mito na sociedade contemporânea**. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 9., 2000, Porto Alegre. [Anais...] Porto Alegre: PUC-RS, 2000. 1 CD-ROM.
- ORLANDI, Eni. **Discurso e leitura** . 2.ed. São Paulo: Cortez; Campinas: Unicamp, 1993.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso : princípios e procedimentos**. 3.ed. Campinas: Pontes, 2001.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso** . Campinas: Unicamp, 1988.
- SANTOS, Rogério. **A negociação entre jornalistas e fontes** . Campinas: Pontes, 1997.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX** . São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- _____. **Jornalismo** . Lisboa: Quimera, 2002.

_____. **Teorias do Jornalismo** : porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.
VERÓN, Eliseo. **A análise do “Contrato de Leitura”** : um novo método para os estudos de posicionamento de suportes impressos. Tradução de Giovandro Marcus Ferreira e Augusto Drumond Moraes. Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 1999.

Notas

1– Rapidamente e sem pretensão exaustiva, podemos citar a Semiótica (em suas variantes), a Hermenêutica, a Pragmática, a Análise da Narrativa e a Análise de Discurso (em suas variantes).

2– Podemos pensar que a Análise do Discurso francesa é produtiva para basicamente dois tipos de estudo no jornalismo: mapeamento das vozes (jornalista, instituição, fonte, leitor) e identificação dos sentidos (formações discursivas, silenciamento, movimentos de paráfrase e polissemia). Esses dois tipos de pesquisa evidentemente estão em íntima relação, mas podem ser desenvolvidos em momentos distintos e exigem procedimentos específicos. O foco deste artigo são as vozes.

3– “O interdiscurso é todo um conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido. E isto é efeito do interdiscurso: é preciso que o que foi dito por um sujeito específico, em um momento particular se apague na memória para que, passando para o ‘anonimato’, possa fazer sentido em ‘minhas’ palavras.” (ORLANDI, 2001, p. 33-4).

4– O dizer produz um efeito de literalidade, que é a impressão do “sentido-lá” (ORLANDI, 2001), de algo que “obviamente só pode significar isto”, como se o sentido existisse de forma independente e pudesse ser simplesmente acessado ou não. O efeito de literalidade cresce proporcionalmente ao apagamento de uma ideologia como ideologia - quanto mais naturalizada a ideologia, mais as formações discursivas que dela derivam carregam sentidos que parecem literais. “Os sentidos não estão nas palavras, nas coisas e nem emanam do sujeito [...]. Para o sujeito, porém, os sentidos aparecem como evidentes, naturais e óbvios, ficando apagada a historicidade constitutiva. Este processo que apaga o histórico e produz a ilusão de transparência dos sentidos é ideológico” (MARIANI, 1999, p. 108).

5– O termo “fala” não se restringe à expressão oral, mas contempla todo ato de enunciação discursiva, seja verbal ou não-verbal.

6– Em termos de discurso, considera-se leitura todo ato de recepção e construção de sentidos junto a um texto enunciado por outro sujeito. O termo “leitor” serve indistintamente para o receptor ou interlocutor, não importando a mídia de veiculação.

7– Para fins de classificação, adotamos a sistematização elaborada por Traquina (2001, 2002, 2004). Embora o autor lembre que o termo “teoria” é discutível, já que nem sempre haveria um conjunto coeso de princípios e proposições e as teorias não seriam mutuamente excludentes, considero que são teorias do jornalismo, por reunirem conceitos e perspectivas de pensamento capazes de iluminar o jornalismo como um objeto da ciência, respeitando a especificidade do campo.

8– Toda conclusão de que o jornalismo distorce a realidade tem, como pano de fundo, a crença positiva de que seria possível, desde que munido de boa intenção e ferramentas adequadas, retratá-la fielmente.

9– Documento eletrônico.

10– Bakhtin (1981) cria o conceito de polifonia para definir os textos nos quais várias vozes estão presentes - no seu campo de estudo, o dos textos literários, trata-se da literatura popular ou carnavalesca, em contraposição à literatura clássica ou dogmática, em que as várias consciências são criações de um só narrador.

11– Embora não seja objeto deste artigo, sabemos que a relação entre jornalistas e fontes é importante campo a considerar durante o estudo de vozes, devendo contemplar a singularidade das rotinas de produção, a análise política e econômica do meio e o debate sobre verdade, autoridade e credibilidade, entre outras questões.

12– Embora, evidentemente, o peso da instituição (veículo, entidade etc.) seja determinante também quando o texto é assinado pelo jornalista. Fazemos aqui esta distinção apenas a partir da evidência do locutor, conceito tratado a seguir.

13– Não vamos tratar, neste artigo, do debate sobre ideologia. Em nossos estudos, temos problematizado o espaço excessivamente determinista e limitado concedido à ideologia na estrutura conceitual da AD, em detrimento do imaginário. Temos defendido, com base no pensamento de Durand (1997, 2001), que o imaginário é “anterior” à ideologia e diz respeito a substratos que esta última desconsidera, ainda que sejam de grande importância para a construção dos sistemas de significação. Neste momento, para fins de estudo das vozes, basta compreender que algo externo e anterior ao discurso determina os lugares de enunciação ou interpretação.

14– Ducrot filia-se a uma disciplina que ele mesmo denomina “pragmática semântica” ou “pragmática lingüística”. Considerando-se que os pressupostos de sua teoria polifônica da enunciação são condizentes com os da AD francesa, é um autor que pode ser a ela associado.

15– Ducrot (1987) dá como exemplo um texto que já vem, da escola de seu filho, pronto para que ele o assinasse, autorizando a criança a fazer determinada coisa. Neste exemplo bastante banal do “abaixo assinado”, o autor que se apresenta como locutor do discurso é o pai que o assina, ainda que o autor real ou empírico seja geralmente desconhecido ou “difícil de identificar: é o diretor, sua secretária, a secretária da educação etc.?” (p. 182). O locutor, o pai que assina o texto, é o “ser designado pelas marcas da primeira pessoa” (p. 183), ou seja, quem se responsabiliza pelo discurso.