

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Interdiscursividades: Bases conceituais para análises críticas do discurso.

Licia Soares de Souza

RESUMO: O presente trabalho apresenta os fundamentos de conceitos-chave para as análises críticas do discurso, no intuito de oferecer ferramentas para o exame de vários tipos de mensagem da contemporaneidade¹. Com esse objetivo didático, já que temos uma linha de pesquisa, nesse campo, no Mestrado de Linguagens da UNEB, empreendemos um exercício analítico de algumas mensagens de propaganda institucional e política, suscetíveis de por em relevo os entrelaçamentos dos principais enfoques de análise crítica do discurso.

Texto/discurso

Existem várias dificuldades para se definir, com precisão, os termos “texto” e “discurso”, e é o lingüista Beaugrande (1997) quem recomenda uma prática de conectá-los, ao invés de opô-los. Para o autor, um texto é um *evento comunicativo* onde se relacionam as ações lingüísticas, cognitivas e sociais, e não apenas uma seqüência de palavras faladas ou escritas. Nessa perspectiva, o texto é mais que um artefato, e sim um *sistema de conexões* entre vários elementos: sons, palavras, imagens, participantes, etc. Já que esses elementos pertencem a diferentes níveis, o texto se apresenta como um “multi-sistema”, comportando múltiplos sistemas interativos. A *textualidade* não ocorre, assim, de forma reificada, distanciada das instâncias de produção e de recepção, e das convenções sociais, como foi projetada pela Lingüística do texto². A textualidade permite um diálogo dinâmico entre o texto e os contextos sociais onde ele emerge.

¹ Norman Fairclough (2001, p. 32) classifica as abordagens da AD assim : 1- Posições não-críticas : Sinclair e Coulthard (1975), com os pressupostos para a descrição do discurso na sala de aula ; O trabalho etnometodológico da « análise da conversação » ; O modelo do discurso terapêutico de Labov e Fanshel (1977) ; e uma abordagem recente da análise de discurso desenvolvida pelos psicólogos sociais Potter e Whaterell (1987). 2- Posições críticas 1) A Linguística crítica de Fowler et al. (1979) ; a abordagem francesa desenvolvida por Pêcheux, e trabalhada com base em pressupostos foucaultianos e bakhtinianos. É essa última que vamos adotar nesse trabalho.

² Lembremos que a *textualidade*, concebida nos anos 1970, pela Lingüística do texto, consiste em um conjunto de propriedades (coesão coerência, intencionalidade, aceitabilidade, e outras) que asseguram o sucesso comunicativo do texto.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Charaudeau (2004, p. 29) entende por texto o *resultado de um ato de linguagem produzido por um sujeito dado em uma situação e troca social dadas*. Como um *ato de linguagem*, o texto tem propriedades gerais de todo fato linguageiro, como a materialidade significante (oral, escritural, mimogestual) e suas condições de construção lingüística (morfológica, sintática). Um texto é produzido em uma situação contratual dependendo assim da identidade dos sujeitos envolvidos e de circunstâncias materiais particulares. Um sujeito dá origem a um texto que deve se apresentar com as propriedades singulares de quem o emite. Os textos possuem pontos comuns, encontrados em três níveis: nos componentes do contrato situacional, nas restrições discursivas e nos diferentes aspectos de sua organização formal.

Na perspectiva de Charaudeau, o lugar de ancoragem social é um lugar que define um certo número de dados situacionais que, por sua vez, instruem o processo de *discursivação*. Os dados situacionais induzem as regularidades discursivas e estas as formas textuais. O receptor deve reconhecer então o gênero-contrato com o qual ele trata.

De um lado, o texto é visto como um *evento comunicativo*, de outro, como um *ato de linguagem*. Mas, nos dois casos, fica patente o caráter organizador que um texto assume, possibilitando as interconexões entre vários registros discursivos. É assim que o semioticista Louis Francoeur (1992 apud SOUZA, 2003) ressalta que a cultura funciona como uma hierarquia de sistemas significantes designados de textos. Estes estão sempre em interação contínua não possuindo mecanismos que lhes permitiriam nascer e se desenvolver de forma isolada. Mas, a cultura funciona como uma pirâmide e, em determinadas épocas, algum ou alguns desses textos ocupam o vértice. Como exemplo, o autor cita a língua, a literatura e a religião que foram considerados, em muitos países do Ocidente, durante um longo período, como os sistemas textuais por excelência da cultura. Na atualidade, a economia ganha esse status e, interagindo com os textos artísticos, ela aproxima do vértice os sistemas textuais suscetíveis de se integrar na nova ordem econômica.

Sabemos que essa idéia de conexões de textos levou à observação da intertextualidade, conceito introduzido para o público ocidental por Kristeva, em 1969, a partir dos trabalhos de Bakhtine sobre o fenômeno do dialogismo. Gérard Genette, nos anos 1960, desenvolveu as

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

pesquisas sobre as transcendências textuais de um texto, vistas no fenômeno da *transtextualidade* que contém cinco tipos distintos: intertextualidade, metatextualidade, hipertextualidade, arquitextualidade e paratextualidade³. Vale lembrar igualmente do conceito de *cenário intertextual*, criado por Umberto Eco (1985), a representação de outros textos em um texto que o leitor atualiza graças a suas competências enciclopédicas. Este conceito é trabalhado por SOUZA (2003), nas narrativas teleficcionais que retomam constantemente temáticas e expressões do patrimônio cultural da humanidade. Essa mesma autora contrapõe, na teleficção, este último cenário ao cenário hipertextual, que é responsável em trazer um patrimônio fictício para a atualidade em narrativas fragmentadas, como é a da ficção seriada. O termo hipertexto, advindo da informática, assinala o terreno da não-linearidade e da não-hierarquização, com várias entradas não-sequenciais: uma rede constituída por vários documentos ligados por elos (links) que o leitor pode ativar segundo seus desejos de combinatória. Todos esses desdobramentos do termo *texto* só faz acentuar seu caráter de evento comunicativo, mostrando sua capacidade de interatividade que, de todas as formas, trouxe novas formas de percepção e de reação aos diversos tipos de representação.

Como podemos ver agora a questão da existência do discurso? É sabido que os lingüistas sempre associaram o discurso à fala (parole), sublinhando sua parte prática e singular no uso de uma linguagem. Benveniste, em 1966, quando abriu o caminho para os estudos da enunciação, inaugurou uma lingüística da fala, distinguindo o plano do *discurso*, como aquele que contém elementos de interpelação de um destinador a seu destinatário, do plano do *relato*, onde os fatos se apresentam por si só, sem a condução de um elemento enunciador.

Essas observações nos levam, inclusive, a lançar mão da teoria das categorias de Peirce⁴, preconizando que o *texto* teria uma dimensão de terceiridade, na medida em que estrutura normas e convenções para organizar um evento comunicativo em sua totalidade, seja ele oral, sonoro, verbal, mímogestual, ou, em seu estado genérico, literário, cinematográfico, teatral, musical, etc. Nesse sentido, um texto existe como entidade estruturada, reconhecida

³ Vide uma descrição detalhada em SOUZA, Licia, *Introudução às teorias semióticas*, 2006.

⁴ Vide SOUZA (2006).

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

como elemento social e, muitas vezes, canonizada como forma social. Já o discurso se compõe e circula como prática social, envolvendo uma comunidade discursiva, mas nem sempre ele existe em forma de texto, como entidade estruturada. Por exemplo, em uma revista, como *Isto É*, todos os artigos são textos, classificados como jornalísticos. Mas neles se entrecruzam discursos políticos, científicos, propagandísticos, humorísticos, etc. Um discurso político pode muitas vezes se solidificar numa comunidade discursiva e gerar textos, como o *carlismo*, o *getulismo*⁵, o *juscelismo*, etc. Muito já se falou de um discurso político batizado como o *lulismo*, mas que ainda não foi capaz de gerar textos pela indefinição de suas propriedades que não se caracterizam necessariamente com as do partido PT. Nessa ordem de idéias, o discurso pode se situar na zona da *primeiridade*, uma zona de virtualidade, precisando participar de um evento comunicativo que é um texto para passar a existir como uma entidade social estruturada.

Formações discursivas

Como ressalta Fairclough (2001), *discurso* é um conceito conflitante. No entanto, podemos continuar a vê-lo como um processo de produção e de interpretação de significados e visões de mundo, e o *texto* como um produto falado ou escrito, verbal, icônico ou sonoro, desse processo em escala social. Assim como *texto* gerou desdobramentos diacrônicos relativos às diferentes interações entre os inúmeros produtos sociais, o *discurso*, em seu dinamismo virtual *primeiro*, deu origem a um campo conceitual bastante profícuo que fundamentou à Análise Crítica do Discurso, a chamada de inspiração francesa.

Os teóricos da *formação discursiva* (FD) recusaram alguns aspectos dos textos de Jakobson e Benveniste que preconizam uma intenção subjetiva em utilizar o código/língua para particularizar uma prática discursiva. Michel Foucault postula a existência das instâncias da enunciação em termos de *lugares*, pondo a ênfase na preexistência de uma topografia social sobre os falantes que aí vêm se inscrever. É um conceito de *lugar* cuja especificidade

⁵ O *getulismo* é inclusive muito forte na literatura. Exemplos: *Quarup* de Antonio Callado, *Agosto* de Rubem Fonseca, *Incidente em Antares* de Érico Veríssimo, entre outros.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

reside no fato de que cada um alcança sua identidade no interior de um sistema de lugares que o ultrapassa. A teoria do discurso não é assim uma teoria do sujeito antes dele enunciar, é sobretudo uma teoria da *instância de enunciação* que é intrinsecamente um efeito de enunciado. Nesse contexto, a principal tese de Foucault concernente à formação das instâncias de enunciação é a de que o sujeito social, que produz um enunciado, não existe fora do discurso, mas é uma função do próprio enunciado. Em outras palavras, os enunciados posicionam os sujeitos, tanto os que produzem como os que os recebem, de modo que descrever um enunciado não consiste em analisar a relação entre o autor e o que ele diz, mas em determinar que posição pode e deve ser ocupada por qualquer indivíduo para que ele seja o sujeito dela.

O trabalho de Foucault constitui efetivamente uma grande contribuição para o exame do descentramento do sujeito social nos discursos sociais modernos, para a visão do sujeito constituído e transformado na prática social e para a visão do sujeito fragmentado. Neste trabalho existe igualmente campo para as relações entre os enunciados que é remanescente dos trabalhos de Bakhtine sobre o dialogismo.

Colocado o discurso no seio das *formações discursivas*, a partir de Foucault, cumpre-nos agora lembrar as reflexões de Michel Pêcheux para reforçar os elos entre intertextualidade e o interdiscurso. Em 1977, o conceito de interdiscurso, elaborado por Pêcheux, contém esse vetor pragmático do dialogismo, isto é, a relação dinâmica entre o enunciado atual e enunciados anteriores que serão catalogados como o pré-construído. Mas toda a importância do pré-construído reside no fato de que ele comanda uma *formação discursiva* diretamente ligada a uma formação ideológica. Dito de outra forma, o autor explicita as relações do fenômeno da interpelação-identificação com os aparelhos ideológicos do Estado, preconizando que o sentido das palavras, expressões e signos em geral não existe em si, e sim em referência a posições de classe daqueles que os utilizam. A formação discursiva é assim o que, em uma formação ideológica, isto é, a partir de uma posição determinada em uma certa conjuntura, ordenada pelo estado da luta de classes, determina o que *pode e deve* ser dito.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

A formação discursiva, regida pelo interdiscurso, orienta a comunicação à medida que o sujeito interpela e é interpelado no interior de um sistema de signos pré-vistos, pré-ouvidos e pré-lidos. Dessa forma, a subjetividade na comunicação se encontra desdobrada: um sujeito é o locutor singular, o que emite, o que recorta o sistema sócio da formação discursiva; o outro sujeito é o locutor universal, ninguém e todo mundo, o círculo de expressões permitidas na formação discursiva que torna possível a interpelação e a conseqüente identificação dos sujeitos individuais com os discursos gerados em uma formação social.

Nesse contexto, o *interdiscurso* é construído através da organização ideológica que garante a existência de discursos já produzidos, retransformados por um novo ato intercolutório. Um enunciado assim: *O nordestino é preguiçoso* manifesta uma atividade interdiscursiva. Ele pode ser emitido por um locutor determinado agindo numa situação circunscrita espaço-temporalmente, mas ele traduz resíduos lingüísticos estáveis, depositados no curso histórico do contexto de produção e de recepção de uma certa sociedade. Assim, o sujeito do discurso relator, o locutor, e o sujeito universal ideológico são confundidos por meio de um vetor histórico. O primeiro produz e recompõe unidades lingüísticas historicizáveis que são submetidas a uma orientação argumentativa: Paulo não gosta de trabalhar. Ora, Paulo é nordestino. O nordestino não gosta de trabalhar.

A conclusão do argumento universaliza o sujeito. Nessa direção, ela contém um vetor pragmático estabelecendo relações interdiscursivas com enunciados produzidos anteriormente. Ela comporta assim a presença lógica do terceiro incluído, o mediador, o comandante do processo comunicativo, o *sempre-lá ideológico* espécie de conector de discursos. Esse terceiro termo funciona como um tipo de força dinâmica que convoca a experiência colateral histórica e social para correlacionar em determinado momento de produção de signos.

No funcionamento das FDs, fica patente a idéia que desenvolvemos do discurso como prática de *primeiridade*, sempre apto a acionar variadas premissas do *sujeito ideológico* que comanda as práticas discursivas, em determinadas comunidades discursivas. Nessa perspectiva, a noção de *heterogeneidade* (MAINGUENEAU,1993), sempre auxiliou nas

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

distinções entre intertextualidade e interdiscursividade. Na *heterogeneidade mostrada*, existe uma manifestação explícita e localizável de vozes citadas pelo autor de um texto analisado, em que marcas de outros textos estão visíveis na superfície, que é a verdadeira intertextualidade assim como a descreve Genette. Já na *heterogeneidade constituída*, o texto analisado incorpora outros textos, como nas práticas sociais de circulação de discursos, em que as marcas não estão visíveis, mas existem estratégias discursivas que levam os receptores a buscar o movimento argumentativo do texto em enlaçamentos com outros textos e discursos: é a *interdiscursividade*. Por exemplo, *Os sertões* de Euclides da Cunha põe em cena um narrador viajante pelo interior do Brasil que dialoga explicitamente com Alexander von Humboldt, como com outros cientistas, em processo de *intertextualidade*. Em várias outras obras do ciclo canadiano, existem narradores e personagens viajantes que permitem marcar a interação do artista e do cientista na observação das formas telúricas, mas sem mostrar fontes textuais distintas, em processo de *interdiscursividade*.

Para mostrar as relações das FDs com seus interdiscursos, nas formas em que as FDs podem ser reconfiguradas, no dinamismo social, Maingueneau (1993, p. 116) recorre a três termos complementares que assim se definem:

- **Universo discursivo.** É o conjunto de todos os tipos de FDs que existem e que interagem em uma conjuntura. É um conjunto finito, mas irrepresentável, nunca concebível em sua totalidade pela AD.
- **Campo discursivo.** É um conjunto de FDs que se encontram em concorrência e se delimitam em uma dada região.
- **Espaço discursivo.** É um subconjunto do campo discursivo, ligando, pelo menos, duas FDs que mantêm relações privilegiadas para a compreensão dos discursos considerados.

Por outro lado, na parte intitulada *Enlaçamentos*, Maingueneau (1993, p. 67), mostra como os textos de uma FD refletem sua própria enunciação em quatro níveis:

- **Textos de primeiro grau,** que revelam unicamente sua doutrina;
- **Textos de segundo grau,** que descrevem um ideal enunciativo realizado em sua própria enunciação ou uma comunidade cujo funcionamento é o das comunidades discursivas que lhes estão associadas.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

- **Textos de terceiro grau**, em que a transmissão de sua doutrina coincide com a descrição de seu ideal enunciativo ou da sua comunidade discursiva;
- **Textos de quarto grau**, que fundem estes diversos elementos em um único: a descrição do mundo é, a um só tempo, definição de um ideal enunciativo e percurso de uma instituição.

Mas antes de começarmos uma análise com tais termos, necessário se faz ainda outras definições cruciais para a compreensão de todo o processo de manifestação das FDs.

Cenografias

A noção de *cenografia* foi trabalhada por Maingueneau, em 1987, (cf. bilbio 1993), no intuito de mostrar que um texto não é um conjunto de signos inertes, mas um lugar onde a fala é *encenada*. Existem assim *cenos* de enunciação onde o diálogo discursivo se torna dinâmico. Inicialmente, dois tipos definem o *quadro cênico* de um texto.

1. A *cena englobante* corresponde ao tipo de discurso do texto. A cena de enunciação de um discurso político é a cena englobante política, a cena de enunciação de um discurso filosófico é uma cena englobante filosófica, e assim por diante.
2. A *cena genérica* define seus próprios papéis, de tal forma que, num texto de campanha eleitoral, é um candidato que se dirige a seus receptores.

Mas esses dois tipos de cena podem comportar um grande dinamismo interdiscursivo, escapando das fronteiras que determinam a cena genérica. Maingueneau estipula então o nascimento do terceiro tipo de cena que é chamado de *cenografia*. Existem textos que se limitam ao cumprimento de sua cena genérica, como a lista telefônica, por exemplo. Outros textos possuem traços de vários discursos, tornando possíveis o imbricamento de várias cenografias.

A entrada numa cenografia se dá, inicialmente, por uma dêixis discursiva envolvendo o locutor e o destinatário discursivos, a cronografia e a topografia. A cenografia de uma FD deve ser entendida como a materialização de situações de enunciação que distinguem os

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

atores do jogo discursivo, o tempo e o lugar. Esses três elementos podem ser partes de uma dêixis fundadora (locução, cronografia e topografia fundadoras) que dá início a um texto inovador, como podem fazer parte de uma dêixis geradora que dá continuidade a uma série de discursos já legitimados numa formação social⁶.

Ethos

Existe um consenso em que trabalhar com a noção de *ethos* é uma tarefa espinhosa. A idéia de que um locutor constrói uma representação de si mesmo, quando fala, parece simples, mas possui suas aporias. A. Auchlin (*apud* Maingueneau) afirma que a noção de *ethos* tem um interesse prático, mas não é um conceito teórico claro. Como torná-la então operacional? Todas as vezes que se recorre à noção de *ethos*, o mais comum é se fazer um longo caminho até Aristóteles. No entanto, como não temos sempre espaço para discorrer sobre o modo de ser da Retórica antiga e de suas modificações, resumimos, contemplando o seguinte: Os textos atuais não são mais entidades homogêneas e são investidos por várias forças discursivas que testemunham os vários tipos de dialogismos, muitas vezes imprevisíveis, de nosso século. Dessa forma, a noção de *ethos* só pode ser vislumbrada numa confluência de forças discursivas heterogêneas autorizando formas distintas de incorporação.

O *ethos* não é uma representação bem delimitada. Enquanto forma dinâmica, construída pelo destinatário, por todos os vetores que configuram a fala do locutor, o *ethos* implica a experiência desses destinatários com o “sujeito ideológico” das FDs. Esses buscam ver, em um orador, um *ethos* parecido com os seus, a tal ponto que podemos afirmar que um *ethos* emerge das tensões entre elementos extra e intra-discursivos. O *ethos* se elabora, assim, através de uma percepção complexa que extrai suas informações da representação,

⁶ Nos discursos políticos, é interessante observar as incorporações intra-políticas de candidatos tradicionais: Brizola reencarnou Vargas; Collor atualizou a voz de JK, se apresentando ao lado de Dona Sara que emitiu: “ É preciso que haja um continuador de Juscelino”. O valor heurístico desse método consiste em se repertoriar as figuras políticas fundadoras de discursividades capazes de orientar a construção de uma memória político-discursiva nacional que serve de inspiração para a construção de personagens na ficção em geral. O Senador Caxias, na telenovela *O rei do Gado* (1996-7) desdobra valores simbólicos do marechal da Guerra do Paraguai. O método da descorporificação/incorporação simbólicas muito pode oferecer também a pesquisas históricas, simbólicas e literárias

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

desenvolvida em um texto, e do ambiente dos protagonistas da comunicação. De todas as formas, o *ethos* é uma noção discursiva, *só se constrói no discurso*, embora tenha elos com o ambiente extra-discursivo, o que equivale aos *objetos dinâmicos* de Peirce, podendo ser individual ou coletivo.

O *ethos* é o resultado de uma dupla identidade: o sujeito aparece, ao olhar do outro, com uma identidade psicológica e social que lhe é atribuída, como também com sua identidade discursiva que ele constrói para si (CHARAUDEAU, 2006). Discorrendo sobre o discurso político, Charaudeau apresenta uma tipologia de *ethé* suscetível de fornecer ferramentas úteis para a operacionalização das incorporações nas FDs. As figuras identitárias do discurso político se reagrupam em duas grandes categorias de *ethos*: o *ethos* de credibilidade e o *ethos* de identificação.

- a) *Os ethé de credibilidade.* A credibilidade não é ligada naturalmente à identidade social do sujeito, como a legitimidade. Ela é construída pela identidade discursiva de um sujeito que fala, de tal modo que os destinatários sejam levados a julgá-lo *digno de crédito*. No caso do político, ele deve se perguntar: Como faço para ser aceito? Na credibilidade, ressaem três *ethé*.
- b) *O ethos de sério.* Construído com o auxílio de uma iconicidade de rigidez (postura do corpo, ausência de atitudes frívolas, ausência em lugares suspeitos e em programas midiáticos populistas), esse *ethos* se elabora com declarações a respeito de si mesmo, capazes de delinear uma pessoa séria. Evita-se igualmente as promessas de difícil realização.
- c) *O ethos da virtude.* Esse *ethos* floresce de um conjunto de imagens ligado à fidelidade a um pensamento virtuoso e à coragem do sujeito político, associado à imagem de honestidade pessoal.
- d) *O ethos da competência.* Aqui é exigido saber e habilidade, traduzidos no conhecimento profundo do domínio particular no qual o orador exerce sua atividade.

Embora seja uma questão delicada caracterizar os *ethé* de identificação, Charaudeau destaca alguns.

- a) *O ethos de potência.* Remetendo à imagem de uma força da natureza, força telúrica que não pode se enfrentar facilmente, esse *ethos* exprime uma figura de virilidade masculina. Em culturas em que se valoriza a conquista múltipla, o político pode usar a figura do sedutor de mulheres. Em outras, onde essa prática, é rejeitada, a potência tende a deixar emergir interpretantes

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

de ação; o político (aqui pode-se incluir mulheres) é mais do que um homem de palavras, ele é sobretudo ativo. E encarna a figura do *vociferador*, exercendo violência verbal em relação a adversários.

b) *O ethos de caráter*. Esse *ethos* também participa de um imaginário de força, mas é a força do espírito. Aqui o “berro” configura a *vituperação*, caracterizada por declarações de impacto. As variantes dessa figura são a provocação e a polêmica. Associa-se a elas a figura da coragem que forma o *ethos* do caráter forte.

c) *O ethos da inteligência*. Na guerra política, a inteligência está associada a duas figuras primordiais: a astúcia e a malícia.

d) *O ethos da “humanidade”*. Nesse *ethos*, a figura do *sentimento*, principalmente o da compaixão pelos que sofrem, constitui um imaginário importante para os políticos. A ela se associa a figura da *confissão*, quando o político reconhece que não fez o suficiente para com seus eleitores. Numa configuração da sinceridade, montada com a ajuda de jornalistas, a *intimidade* também se constitui uma figura crucial no conjunto desse *ethos*.

e) *O ethos de chefe*. Esse é um *ethos* que se direciona para o outro, o cidadão. Ele é uma construção de si para que o outro adira. A figura do guia tem variantes: o guia-pastor, o guia-profeta, o guia-soberano. O político deve mostrar sua capacidade de indicar a via que a comunidade deve seguir⁷.

f) *O ethos de solidariedade*. Esse *ethos* faz do guia um ser que não só está atento às necessidades dos outros, mas que as partilha e se torna responsável por elas.

Estamos agora aparelhados para tentarmos algumas análises de textos distintos. Temos dois anúncios publicitários da PETROBRÁS, um veículo na *Manchete 2000*, edição histórica, e o outro na *Carta Capital* de agosto de 2008. A cena englobante dos dois textos é a da propaganda institucional e a cena genérica é a do anúncio impresso.

O texto do primeiro anúncio se inscreve no quarto grau, desenvolvendo uma cenografia instalada no espaço da Petrobrás, através de um tempo histórico em que dois presidentes visitam campos petrolíferos, Vargas, em 1953, e Collor, em 1990. Os elos interpretantes entre a Petrobrás e a *Manchete* se resumem no título do texto : *Petróleo dá Manchete*, retomados pelo slogan abaixo da logo da empresa: *Aconteceu virou Manchete*. Existe aí a definição de um ideal enunciativo em que a *Manchete* mostra que surgiu na época da campanha *O petróleo é nosso!*, em 1952, tendo noticiado vários acontecimentos da empresa de petróleo, inclusive a visita dos presidentes. Esse tipo de meta-reportagem conduz

⁷ Para observar as diferenças das características das várias figuras de guia, vide Charaudeau (2006, p. 153-163).

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

ao percurso das duas instituições, pois, através da história da revista, é perfilada a história da Petrobras. São fornecidas aos leitores informações relevantes do lugar enunciativo que a revista ocupa na história institucional do país.

Na *Carta Capital*, existe outro tipo de texto de quarto grau, mas é a própria Petrobrás que ocupa sua cenografia. É a própria instituição que vai contar sobre suas descobertas, na sua nova era, que é “mais um capítulo de sucesso na história do Brasil”. São relatados os resultados das pesquisas, um campo lexical científico pertinente ao modo de falar dos engenheiros que conhecem o campo de saber: sondas de perfuração, plataformas, estrutura marítima e fluvial, gasoduto, biocombustível e biodiesel.

Vejamos que, no primeiro exemplo, existe um *ethos* de certeza e confiança apto a despertar a adesão à revista: o leitor é levado a identificar-se com a fala do enunciador e a incorporar seu modo de ver o mundo, principalmente a instituição que está focalizando. No segundo exemplo, são as imagens dos próprios pesquisadores e operários da revista que são mostradas configurando um *ethos* de segurança, sucesso e confiança no futuro do país. Assim sendo, vemos um tipo de propaganda institucional que valoriza o senso de equipe e de corporação e que constrói seu *ethos* como uma espécie de *nós* coletivo, representativo da nacionalidade, por uma “empresa brasileira feita por brasileiros”.

Passando para outra cena englobante, como a do discurso político, vamos observar a disputa dos candidatos do PT e do PMDB, na campanha municipal de Salvador, para usar a imagem de Lula. Três candidatos, Pinheiro (PT), Imbassahy (PSDB, prefeito do nicho carlista, em dois mandatos, entre 1996 e 2004) e João Henrique (PMDB, atual prefeito) se opõem ao herdeiro ACM Neto (DEM) sobre o qual incidem os elementos do *ethos* do avô que caracterizou uma doutrina política, originando textualidade própria, conhecida como o *carlismo*. Em razão dessa textualidade, o carlismo ultrapassou o status de doutrina política e passou a ser uma FD bem ancorada numa formação social.

O candidato do PMDB, João Henrique, cujo *ethos* se modificou negativamente, passando a ter um elevado índice de rejeição, começou a usar a imagem de Lula como aliado em seu material impresso, anterior ao horário eleitoral gratuito. Pinheiro (PT) abriu processo

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

na justiça para impedir que o adversário usasse a imagem do presidente, alegando que só os candidatos do PT poderiam fazê-lo. Não diríamos que o *ethos* político do presidente possui todas as figuras dos *ethé* da credibilidade e da identificação. Houve escândalos de corrupção com membros de seu partido no governo, que anulam o efeito do *ethos* da virtude. Fala-se de sua falta de escolaridade superior, o que atenua os traços de um *ethos* da inteligência. Lula tem primordialmente o *ethos* do chefe, com figuras da humanidade e da solidariedade, pela sua origem humilde e aparência de homem do povo.

No artigo de *A Tarde*, o advogado de João Henrique fala de se estatizar a imagem do presidente. É uma voz de justiça que instaura um argumento de autoridade contra a interdição de usar a imagem do presidente em propaganda impressa, já que, na TV só podem parecer nas mensagens candidatos do mesmo partido. A disputa pela imagem do presidente é assim restrita a um tipo de veículo de comunicação. De qualquer forma, como imagem suprema da soberania, a figura do chefe entra no cruzamento das FDs eleitorais onde são expostas regras da comunicação com suas permissões e restrições. Nesse âmbito, os textos produzidos são quase sempre de quarto grau, pois é necessário mostrar a formação das figuras que compõem os *ethé* dos políticos e as formas pelas quais eles se direcionam a seus receptores.

Para mostrar ainda um exemplo da formação de *ethos*, vejamos a capa da *Carta Capital* de agosto de 2008. A questão é aquela de herdar a identidade do chefe do carlismo que constituía-se verdadeiramente em uma identidade social de locutor. A sombra do chefe aparece, portanto, ao olhar dos outros com *ethos* de chefe soberano que, com uma identidade psicológica que lhe é atribuída, deve ser incorporada por outro *ethos-chefe*. É toda uma identidade social construída por uma predicação política que emana de opiniões em relação a um grupo. Mas, se o chefe carlista foi constituído como *ethos* político, atravessado de todas as figuras da legitimidade e da credibilidade, as últimas notícias da imprensa destruíram, aos olhos do povo brasileiro, e principalmente baiano, sua figura de honestidade. O texto da capa fala de disputa pela sua posição de chefe, mas refere-se igualmente à disputa familiar pela herança “estimada em 300 milhões de reais” que é impossível de se construir, em qualquer lugar do mundo, apenas com trabalho assalariado, sem investimentos de risco.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Contrato

Para podermos aprofundar nossas análises, temos que examinar igualmente a noção de contrato. Toda proposta comunicativa tem modos específicos de se dirigir ao outro, de interpelá-lo, e de seduzi-lo para continuar o diálogo. No esquema de Jakobson, a interpelação é caracterizada pela função conativa e define um modo de endereçamento a um receptor ideal. A função conativa tem a ver com o que Verón (1985) denominou *contrato de leitura*, uma forma pela qual os emissores constituem seus públicos como sujeitos receptores de seus discursos.

Charaudeau chamou o estabelecimento dos dispositivos de interpelação de *contrato de comunicação*, haja vista que Verón estipulou uma concorrência de mensagens para que fosse possível se analisar o *contrato de leitura*. Os parceiros desse contrato são categorias abstratas, desencarnadas e destemporalizadas definidas pela posição que ocupam no dispositivo de comunicação. (CHARAUDEAU, 2006).

Nesse contexto, o *dispositivo* também tem uma ordem conceitual, sendo o que estrutura a situação na qual se desenvolvem as trocas languageiras e que dispõe lugares para que os parceiros possam se instalar, em função da natureza de suas identidades. Um dispositivo é assim um lugar social de interação apto a materializar seus próprios modos de comunicação.

Analisando os anúncios de revista e textos de jornal, podemos contemplar sinteticamente os principais componentes do dispositivo de cada um desses veículos de comunicação. Eles têm suas zonas de cooperação social de produção com objetivos, discursos ideológicos dominantes, públicos visados, tecnologias utilizadas, etc. Têm seus parâmetros de linguagem, tipos de texto e gêneros de discursos; e a zona de cooperação social de recepção na qual os públicos decodificam as mensagens, estruturam respostas e recodificam as mensagens segundo suas competências culturais.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Sendo o dispositivo uma cena em que as instâncias de produção e recepção estão em interação constante, ele só existe em uma conjuntura social, e determina as formas do contrato de comunicação. Por outro lado, a análise do contrato permite determinar a especificidade de um dispositivo que se articula em uma FD dada. Assim sendo, o dispositivo é o que garante que espaços discursivos se concretizem, com suas cenografias e *ethé* relacionados a suas FDs.

O *ethos* político de ACM se configurou, graças a uma série de dispositivos acionados, inicialmente, nos meios de comunicação amparados pelos *campos discursivos* da ditadura militar com seus governantes biônicos. Toda a textualidade dos militares estabeleceu contratos de comunicação em torno do slogan político *Brasil, ame-o ou deixe-o*, em que *amar* era sinônimo de concordar com o regime. Posteriormente, ACM, com seu *ethos* de autoridade, enquanto ministro das comunicações, construiu um império midiático, no qual o jornal *Correio da Bahia* e a filial da TV Globo, a TV Bahia, praticamente “arrancada” das mãos da TV Aratu, desdobrou uma série de dispositivos aptos a engendrar contratos de comunicação, relativos a sua figuração potente e paterna vinculada ao campo sógnico emocional de amor à Bahia⁸. Montou-se assim dispositivos políticos configuradores de uma FD determinada, com suas cenografias fundadoras, via contratos bem delineados. Nesse momento, ACM Neto se serve dos dispositivos já estabelecidos, tentando renovar os contratos, através das ligações interpretantes do interdiscurso.

Por outro lado, na disputa pelo uso da imagem de Lula, podemos observar que o que está em jogo é, primeiramente, a montagem do dispositivo midiático através do qual o prefeito João Henrique (PMDB) busca estabelecer contratos com eleitores potenciais, passando-lhes a idéia de que conta com o apoio do presidente. Nesse sentido, ver-se-á que toda comunicação possui sua dimensão relacional com suas características enunciativas e pragmáticas, muito mais do que contedísticas. Cada contrato, em cada dispositivo, está apto a mostrar que os indivíduos pertencentes a um mesmo *campo discursivo* são suscetíveis de chegar a um acordo sobre as representações discursivas desse campo.

⁸ Sobre o *ethos* de ACM e o amor à Bahia, vide SOUZA (2006)

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Instâncias

O conceito de *comunicação midiaticizada* levantou muitas questões acerca das mediações que governam as interações entre os meios de comunicação e seus públicos. A um determinado momento, chegou-se à conclusão de que falar de *mídia* supõe falar de um complexo muito vasto de veículos de comunicação que foram, com o tempo, mesclando suas linguagens⁹. O exemplo hipermídia da Internet, com seus hipertextos, ilustra a natureza da complexidade da comunicação midiaticizada. Esta, para Meunier e Peraya (2008, p. 312), refere-se a toda forma de comunicação que utiliza dispositivos tecnológicos. Seria, então, legítimo falar de dispositivo de comunicação midiaticizada ou dispositivo midiático.

Mas, pensando nas formas de mediação entre um meio e o público, podemos pensar que o livro também sempre fez parte da comunicação midiaticizada. Este é um debate que merece um espaço maior para se desenvolver.

Os autores citados enumeram quatro formas de mediação (tecnológica, sensório-motora, social e semiótica, ou melhor, semiocognitiva). Não vamos descrevê-las, citamo-las apenas para atestar a riqueza de ferramentas para se trabalhar com a comunicação midiaticizada. Na perspectiva que adotamos, pretendemos falar de *instância*, e voltar ao trabalho de Charaudeau (2008) a fim de verificar como seu modelo pode dar conta das ligações orgânicas entre o campo extra e intradiscursivo, com agentes diferenciados em cada campo.

Sugerimos que a tradicional questão feita a um texto sob a forma: “Quem fala?” seja substituída por outra: “Quem o texto faz falar?”, ou quais sujeitos o texto faz falar”, já que sabemos que um ato de linguagem é composto de vários sujeitos (EUC-EUE; TUD-TUi). (CHARAUDEAU, 2008, p. 63)

O EUC é um sujeito comunicante- ser social que se dirige a um receptor TUi, sujeito intérprete- ser social. Ambos se encontram no campo extra-discursivo e estão ligados por *uma situação de comunicação*, com finalidade contratual mais um projeto de fala. Estas instâncias

⁹ Sobre a história do folhetim à telenovela, vide SOUZA (2003)

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

são denominadas de *parceiros* do ato da linguagem e são definidos por um certo número de traços identitários que o ato de comunicação legitima. (CHARAUDEAU, 2008, p. 76).

Por outro lado, os *protagonistas* são seres de fala internos ao ato de linguagem e são definidos por papéis languageiros, no campo intradiscursivo. Um é o EUE, enunciador, ser de fala, e o outro é o TUD, Destinatário, ser de fala. Diferenciando o campo externo do campo interno, de um ato de comunicação, Charaudeau estabelece uma reflexão profícua para o estudo dos variados dispositivos, com seus variados contratos, em *campos discursivos*, nos quais se confrontam vários *ethé*.

Lembremos da propaganda institucional da Petrobrás, na Manchete 2000. Quem é o EUC do anúncio? Idealmente são dois *eus* que poderiam formar um NÓSc: a Petrobrás e a Manchete (com seus fotógrafos Gil Pinheiro, Sérgio de Souza, etc) que se dirigem aos leitores da revista, TUI. No campo interdiscursivo, existem vários EUE, os presidentes, Vargas e Collor, e os operários, nas plataformas, nas imagens visuais. No texto, existe uma fusão entre o EUC, a revista Manchete, com seus dispositivos de produção (seus repórteres e fotógrafos) e o EUE, a Manchete, como nós inclusivo (*nós temos muita coisa em comum*) que se dirige ao TUD (*no nosso dia-a-dia*) o povo brasileiro, que é também o TUI, leitores no meio do povo brasileiro. O essencial do contrato, na fusão, repousa na informação de que a impressão da revista depende do petróleo.

Esquema gerativo da comunicação

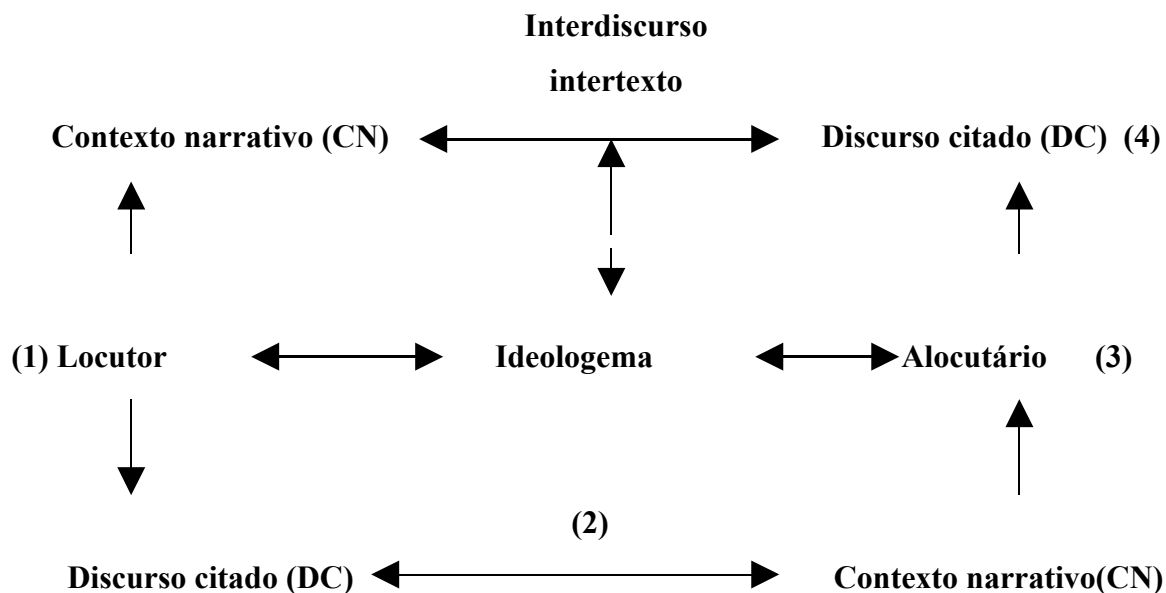
Após termos exposto o esquema de comunicação de Charaudeau, podemos pensar no desdobramento das instâncias em um projeto gerativo, que já apresentamos no livro *Introdução às teorias Semióticas* (2006), tentando concluir essa apresentação. As conclusões, serão evidentemente, incompletas, em razão da extensão do assunto.

Esse esquema inspirado de Bakhtin e Pêcheux requer uma tensão interdiscursiva e intertextual.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I



As relações entre Emissor (Locutor) e Receptor (Alocutário), EUc e TUi, são representadas pelas setas 1-2-3-4. EUc realiza um ato discursivo. Esse ato é regido por uma condição de produção, não de emissão ideal da mensagem que requer a tensão entre o *contexto narrativo*, pré-existente à vontade de emitir do locutor, e o *discurso citado*, em estilo direto, indireto ou indireto livre. As modificações que o DC do locutor, enquanto EUc, introduz no CN dão origem a outro CN onde o alocutário, enquanto TUi, deve perceber o DC de origem.

Podemos observar, por exemplo, no artigo de *A Tarde*, que o DC do locutor, para formatar outro CN, monta várias falas de EUe (*afirmou o advogado...; o PT afirmou...; Pinheiro destacou...e confirmou; Segundo a assessoria de ACM Neto...Já a assessoria do prefeito entrou com recurso...*). Os textos políticos obedecem a um dispositivo próprio para relatar opiniões com expressões e verbos indicadores de posições e argumentos¹⁰. O importante é que o novo CN, onde o alocutário TUi apreenda o texto, deve transparecer um

¹⁰ Vide a classificação dos verbos introdutores de opinião feita por Marcushi (1991) que se enquadra perfeitamente neste tipo de análise.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

ou mais ethos investidos de um saber político imbuído da capacidade de suscitar a crença no episódio relatado. O CN político se apresenta, assim, sempre como uma cenografia onde vários EUs, complementares e contraditórios, se expressam, em lugar de ecoar apenas uma só voz, seja do autor do texto (EUc) ou de um político determinado (EUe). Para o TUI, o ato de decodificação não pode se reduzir ao reconhecimento de um sinal estável, e sim repousar na compreensão da sua significação em um contexto concreto preciso. Entender as razões que levam o PT e Pinheiro a tentar evitar o uso da imagem de Lula, pelo candidato de outro partido, exige conhecimento de um CN no qual os dispositivos de comunicação vêm sendo montados com suas cenografias particulares. Dizemos então que o DC (seta 1), apreendido no CN (seta 2) representa o primeiro passo de uma operação interpretativa destinada a marcar uma correlação codificante contextual. Ela constitui o exemplo mais evidente de contrato de comunicação emanando de duas zonas de cooperação social interligadas, em torno de um referencial que Samuel Celestino (*A Tarde*, 1-8-08) denominou como *Um homem em disputa*.

Existe, em seguida, a apreensão do DC (seta 4) como verdadeiro produto social. Esta apreensão deve ir do procedimento de avaliação do DC, enquanto discurso de um locutor, a uma espécie de competência discursiva consistindo a pô-lo em relação com a rede de discursos anteriores à comunicação emitidos pelo mesmo locutor ou grupo de locutores. Nesse exemplo da imagem de Lula, trata-se do confronto de vários discursos emitidos sobre o assunto, em veículos distintos, com dispositivos variados, que devem ser apreciados e avaliados não apenas pelos membros do PT e do PMDB, mas por todos os cidadãos, que são eleitores potenciais para a prefeitura de Salvador. Celestino, para ironizar as cenografias dos vários textos que circulam sobre o assunto, acrescenta: “Homem brigar por outro homem, por ciúme, inveja ou pela exclusividade do cidadão em disputa, era algo há muito tempo inimaginável na Bahia”. Continua seu estilo irônico, imaginando várias cenas de diálogos entre os candidatos e o presidente: - “Presidente, você é de quem?”

Lula: “- Eu tenho o lirismo da lua, tenho todos os encantos, mas não sou de ninguém.”

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

A *briga por homem*, que Celestino diz nunca ter visto antes em sua carreira, desencadeia uma série de cenografias, com seus contratos através das quais fica patente a subordinação social dos parceiros da comunicação com a formação discursiva. E justamente a intervenção do *interdiscurso* preside à apreciação do ato discursivo já existente retransformado por um novo ato interlocutório que o situa circunstancialmente. Ele rege a orientação social das posições de classe que autorizam *o que deve ser dito* em determinado momento da evolução da sociedade. De tal forma que as unidades discursivas sobre o uso exclusivo da imagem de Lula pode entrar em relação dialógica com unidades lingüísticas do discurso político, tais como *aliança, partido, governabilidade, disputa judicial, faixa presidencial, símbolos da República, privatização do presidente*, que vão se constituindo nos efetivos *sujeitos ideológicos* dos enunciados. O dialogismo indica igualmente a permuta intertextual entre os enunciados onde se alarga o horizonte social dos protagonistas e onde o horizonte axiológico pode conduzir os enunciados emitidos aos campos semânticos da nação, da formação de comunidades, do envolvimento partidário e ideológico, da manipulação da opinião, etc.

Esses horizontes, que determinam efetivamente os estudos sobre condições de recepção, sendo, ao mesmo tempo, dois vetores de produção sógnica são mediatizados pelo produto ideológico que unifica a competência comunicativa dos agentes sociais. Bakhtine diz que todo enunciado funciona como um entimema¹¹, e é por isso que ele convoca relações intertextuais. O ideograma, um enunciado, um entimema, é um mediador que ocupa o centro diagramático do esquema e substitui a função topológica das *mensagens*. Ele é um produto de troca realizado num determinado momento de produção de signos; ele é produzido em série e garante o diálogo do produto atual com os outros postos em circulação neste período historicamente determinado em que a comunicação é processada. De um lado, tem-se o ideograma *O presidente é meu (diz o PT)* que desencadeia todas as reações de relação polêmica para afirmá-lo ou negá-lo; Por outro lado, nos outros exemplos, tem-se outros ideogramas: 1. *É preciso disputar o espólio do coronel*, em relação à dita lacuna política

¹¹ Um silogismo truncado que não se apresenta com todas as premissas.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

deixada pelo carlismo, que todos querem ocupar, mesmo “sem repetir o estilo grotesco de ACM” (*Isto É*, 2008, p. 22); 2. *Nova era de sucesso brasileiro com a empresa brasileira Petrobrás*, que funciona como um verdadeiro ideograma dinamizando uma série de enunciados eufóricos sobre a atividade produtiva e de pesquisas da instituição.

Nesses exemplos, podemos verificar textos de quarto grau que põem em cena suas doutrinas, os percursos institucionais e seus ideais enunciativos, dirigindo-se diretamente a comunidades discursivas que são identificadas explicitamente como os aliados, os eleitores, os tucanos, os carlistas, os peemedebistas, os seguidores, etc, no caso da política. Quanto aos textos da Petrobrás, fica claro que as comunidades discursivas concretizadas nos textos são formadas pelos pesquisadores e operários, e sobretudo pelos *brasileiros*. Assim, trazendo para essas reflexões finais a problemática das tensões do interdiscurso e do intertexto, resta-nos lembrar que a centralidade de muitos tipos de textos e discursos acaba por se desfazer, na época atual, em favor de uma pluralidade de propósitos socioinstitucionais, ligados a comunidades discursivas determinadas. Os textos políticos, os textos de propaganda institucional, artigos jornalísticos, etc., são vários exemplos de textos plurais que materializam convenções variadas de produção e recepção, proporcionando as imbricações de regularidades discursivas diversas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEAUGRANDE, R., *New foundations for a science of text and discourse. Cognition, communication, and the freedom of access to knowledge and society*. Norwood, New Jersey, Ablex Publishing Corporation, 1997.

CELESTINO, Samuel, Um homem em disputa, *A Tarde*, 1-8-08.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

- CHARADEAU, P., *Linguagem e discurso*. Modos de organização. Tradução de Ângela M. S. Corrêa e Ida Lúcia Machado, São Paulo, Contexto, 2008 (orig. 2008).
- CHARAUDEAU, P., *Discurso político*, tradução de Fabiana Komesu e Dílson Ferreira da Cruz, São Paulo, Contexto, 2006. (orig. 2005)
- CHARAUDEAU, P., *Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual*. In: MACHADO, I., MELLO, R., (org.) *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso*. Belo Horizonte, Faculdade de Letras da UFMG, 2004, p. 13-42.
- ECO, Umberto, *Lector in Fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*, Paris, Bernard Grasset, 1985.
- FAIRCLOUGH, Norman, *Discurso e mudança social*, coordenadora de tradução Izabel Magalhães, Editora da UNB, 2001 (orig. 1992).
- FORTES, Leandro, Depois do carlismo, *Isto é*, ano XV, n. 507, 6 de agosto de 2008.
- MACHADO, I., L., MELLO, R., *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso*, Belo Horizonte, Faculdade de Letras da UFMG, 2004.
- MAINGUENEAU, Dominique, “Diversidade dos gêneros de discurso”, In: Machado I. L., Mell, Renato (org.), *Gêneros: Reflexões em Análise do Discurso*, Faculdade de Letras da UFMG, 2004, pp. 43-58.
- MAINGUENEAU, Dominique, *Análise do discurso*, 2ª. Ed., Campinas, SP, Pontes, 1993, (orig. 1987).
- MARCUSHI, Luiz Antonio, A ação dos verbos introdutórios de opinião. *INTERCOM, Revista brasileira de comunicação*, ano XIV, n. 64, jan/junho de 1991, pg. 74-92.
- MEUNIER, J-P., PERAYA, D., *Introdução às Teorias da Comunicação*, Tradução de Giselle Unti, Petrópolis, Vozes, 2008. (orig. 2004)
- MOTTA, A.R., SALGADO, L, (orgs.) *Ethos discursivo*, São Paulo, Contexto, 2008.
- SOUZA, Licia S. de, *Introdução às Teorias Semióticas*, Petrópolis, Vozes, 2006.
- SOUZA, Licia Soares de, *Televisão e cultura: análise semiótica da ficção seriada*. Salvador, SCT, FUNCEB, 2003.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

Petróleo Dá Manchete

Quando a MANCHETE lançou seu primeiro número, em 21 de abril de 1952, o povo brasileiro estava nas ruas com a campanha “O Petróleo é Nosso”. Em 3 de outubro de 1953 era criada a PETROBRAS — Petróleo Brasileiro S.A.

Hoje, dois mil números depois, com muito trabalho, talento, desafios, capacitação tecnológica, treinamento, pesquisa, espírito de equipe e, principalmente, criatividade, nós temos muita coisa em comum.

O petróleo está presente em praticamente tudo que utilizamos no nosso dia-a-dia. Inclusive nas tintas para impressão de jornais e revistas.



PETROBRAS

Aconteceu, virou MANCHETE.



TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I



GETULIO VARGAS VISITA O CAMPO PETROLIFERO DE MATARIPE
MANCHETE n.º 53 — outubro 1953



O OURO NEGRO NA BACIA DE CAMPOS
MANCHETE n.º 1.629 — julho 1983 □ Gil Pinheiro



O PETRÓLEO É NOSSO?
MANCHETE n.º 896 — julho 1969 □ Gervásio Baptista



AMAZÔNIA — O PETRÓLEO JORRA NA SELVA
MANCHETE n.º 1.802 — novembro 1986 □ Sérgio de Souza



O NOVO ESFORÇO NO MAR
MANCHETE n.º 1.315 — julho 1977 □ António Rudge

COLLOR
VISITA
PLATAFORMA



Collor e Motta Veiga na plataforma de Campos □ U. Dettmar

TABULEIRO DE LETRAS

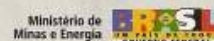
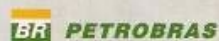
ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

www.petrobras.com.br

**Você tem ouvido
muitas coisas
sobre a Petrobras
nos últimos tempos.
Mas agora você
vai saber pela
própria Petrobras.**

Bem-vindo a uma nova era.



O DESAFIO É A NOSSA ENERGIA.

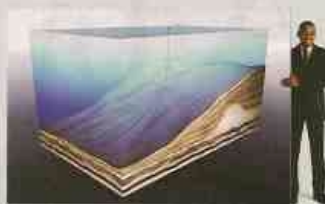
TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

A camada pré-sal.

A recente descoberta de uma acumulação gigante de óleo e gás no litoral do Sudeste inaugura uma nova era na história do petróleo no Brasil. Os volumes recuperáveis na área de Tupi estão estimados entre 5 e 8 bilhões de barris de óleo equivalente (petróleo e gás associado) e representam um potencial de crescimento significativo para as nossas reservas atuais. É uma grande conquista na exploração de petróleo e gás. Conquista que, somada a outras, confirma o otimismo cada vez maior com os nossos resultados.



Uma nova era de descobertas.

Para enfrentar os desafios dessa nova era, a Petrobras vai usar toda a sua tecnologia de empresa líder na exploração e produção em águas profundas. Até o final do ano, a Petrobras inicia, em caráter experimental, as suas operações na área do pré-sal.

Investimento e crescimento.

A estrutura marítima e fluvial da empresa também vai aumentar, com a compra de novos navios de apoio, sondas de perfuração e plataformas. O último trecho do Gasoduto Sudeste-Nordeste já está em construção, com uma rede que vai interligar e melhorar o fornecimento de energia no país. E as pesquisas em torno de biocombustíveis e fontes alternativas já são uma realidade, com três novas usinas de biodiesel.



Estamos prontos.

Vamos escrever mais um capítulo de sucesso na história do Brasil. Um capítulo onde teremos ainda mais destaque perante os produtores de petróleo do mundo inteiro. E para conquistar esse sucesso, só mesmo uma empresa brasileira, feita por brasileiros, como a Petrobras.

TABULEIRO DE LETRAS

ANO 01 - NÚMERO 02

Revista do Programa de Pós-Graduação em Estudo de Linguagens
Universidade do Estado da Bahia – UNEB
Departamento de Ciências Humanas – DCH I

