

Resenha

Discurso das Mídias

(CHARADEAU, Patrick. Contexto, 2006)

Daniela Espínola Fernandes da Mota¹

Patrick Charaudeau é professor na Universidade de Paris-Nord (Paris 13), e diretor-fundador do Centro de Análise de Discurso (CAD). Publicou vários livros como *Discurso político* e foi co-diretor em conjunto com Dominique Maingueneau do *Dicionário de análise do discurso*, ambos lançados em português pela editora Contexto.

O livro **Discurso das mídias** é composto de Introdução e cinco capítulos que são subdivididos em 16 subcapítulos/artigos. Tradução de Ângela S. M. Corrêa. Editora: Contexto. Contém 283 páginas.

Na Introdução do livro, o autor tenta mostrar a diferença entre Comunicação e Informação e como as mídias são um suporte que utiliza essas noções para integrá-las em suas diversas lógicas. Essas lógicas se referem à ordem econômica, tecnológica e simbólica. Ele ressalta ainda, como as mídias servem a várias áreas do conhecimento como Marketing, Tecnologia, Sociologia, Antropologia, Sociologia, Filosofia, Pedagogia e ao próprio mundo midiático.

Ainda na Introdução, Charaudeau diz que as mídias não são uma instância de poder, e que elas manipulam os indivíduos tanto quanto manipulam a si mesmas e por fim que não transmitem o que ocorre na realidade social. As mídias, ao relatarem um acontecimento, constroem uma representação que toma lugar da realidade

Neste livro o modelo de análise de discurso se baseia no ato de comunicação, na troca entre duas instâncias: a de produção e a de recepção. A instância de produção estaria ligada a questão econômica, já que as mídias se constituem em empresas. Então o plano econômico interfere diretamente na produção informacional que as mídias produzem. Nesse espaço de produção existe ainda a questão do sentido, que o autor denomina de “condições semiológicas”, que são os critérios do que deve ser posto na ordem do discurso midiático.

¹ Aluna Especial do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC/UFPB)

A instância das condições de recepção se refere ao público que consome a informação midiática, que interpreta as mensagens de acordo com suas próprias condições de interpretação. Aliada a essas duas primeiras instâncias está a terceira descrita pelo autor como a instância do texto, o produto midiático. É neste espaço que o discurso se encontra materializado em texto. Assim podemos dizer que quando se analisa um texto (seja midiático ou não) o que se procura são os possíveis sentidos que possam ser atribuídos a ele, o que o autor chama de “possíveis interpretativos”.

No capítulo primeiro capítulo, “O que quer dizer informar”, o autor destaca que o fenômeno humano e social que depende e é inerente a linguagem é a informação, que de forma simples (senso comum) seria definida como a “transmissão de um saber”. É através da informação que se inicia o processo de produção do discurso. Foi nesse processo de produção que surgiu profissionalização da transmissão de informação, que atualmente é feita pela mídia.

Charaudeau retoma, como ponto de partida para sua análise, um dos primeiros modelo de comunicação: Fonte - Transmissão - Receptor. Da junção desses três elementos surgem problemáticas ligadas a cada instância. Por exemplo a da fonte de informação refere-se a questão do acesso a informação, pois se não houver acesso a informação não será possível chegar ao saber (conhecimento). Já com relação a instância de recepção, se não fosse possível a difusão da informação isso geraria o não conhecimento do saber. E por fim, a questão da instância da transmissão leva ao questionamento sobre o tratamento a que a informação está sujeita, surgindo a partir desse ponto a questão da transparência.

Então o autor passa a analisar a informação como discurso. Ele entende que o discurso se apropria da língua e sua organização, seja morfológica, sintática e semântica. Ele combina condições extradiscursivas com realizações intradiscursivas. Dessa combinação surgem noções como a construção do sentido, a natureza do saber (a informação relacionada a um campo de conhecimento) e efeito de verdade.

A construção do sentido só é possível através da utilização da linguagem em situação de troca social, porque o sentido não é algo preestabelecido ele nasce justamente na interação social. Então Charaudeau destaca a questão do outro, porque na filosofia da linguagem é a partir da consciência do outro que o homem produz o discurso. Por isso que o autor ressalta que o discurso antes de ser uma representação do mundo é uma representação de uma relação social.

O discurso pode ser entendido como o lugar onde saber e poder se articulam. A partir daí é que se pode interpretar como os veículos midiáticos produzem enunciados em suas manchetes, como se dá a escolha das palavras que vão compor esta manchete. Isso demonstra que as palavras e a própria linguagem não são transparentes em si mesmas. Por isso, os analistas de discurso, como Charaudeau, vão questionar os efeitos interpretativos que levaram determinado veículo a escolher determinada manchete.

No segundo capítulo, “O contrato de informação midiático”, o autor mostra que ao viver em comunidades os indivíduos fazem parte e criam um jogo de regulação das práticas sociais. E é através dos discursos que eles representam estas práticas sociais valorizando-as e é assim que as convenções e normas de comportamento são estabelecidas e fortalecidas. E a comunicação tem um papel fundamental neste processo.

Neste mesmo capítulo ele ressalta a importância de mostras quase são as instâncias de informação, como elas se constituem e qual a identidade que elas assumem no complexo processo da comunicação/informação midiática. São elas as instâncias de produção da informação (geram e organizam econômica e enunciativamente a informação) e as de recepção (sejam entendidas como alvo - destinatário - e como público - na perspectiva de consumidores). São elas que compõem o contrato de informação.

Assim, cada veículo midiático se constitui num dispositivo que influencia de forma definitiva a constituição do discurso midiático, sendo que cada dispositivo (rádio, televisão e imprensa) tem características próprias que definirão aspectos diferentes na transmissão da informação.

Já no capítulo “As estratégias de encenação da informação”, o autor inicia sua análise demonstrando como a notícia é construída. Charaudeau parte da ideia de que quando há a captura da realidade isso não acontece sem que haja um filtro particular do que se quer captar. Ou seja, realiza-se uma fragmentação do real, constrói-se um real, a partir da seleção de acontecimentos que serão noticiados pela mídia. E esses acontecimentos só se constituem/significam enquanto acontecimentos quando estão em um discurso. Essa seleção dos acontecimentos que entrarão na ordem do discurso midiático vai ser feita através de um filtro que a mídia realiza em função de dados que se relacionam com as noções de *tempo*, *espaço* e *hierarquia* (importância do fato).

As estratégias da informação são: relatar o acontecimento, comentar o acontecimento e provocar o acontecimento. Relatar é construir midiaticamente o

acontecimento, pois quando ele é descrito em uma notícia, esta é objeto de um tratamento discursivo. Comentar é uma atividade discursiva complementar ao relato e requer o exercício do raciocínio através da análise das razões e motivos que explicam o surgimento de um acontecimento. Já provocar o acontecimento se refere ao fato de que a mídia se constitui em um espaço público no qual diferentes vozes e discursos se confrontam. Assim, a mídia pode provocar ou fomentar esse confronto.

No capítulo “Os gêneros do discurso de informação” a noção de gênero presente em vários tipos de análise foi, de certa forma, deslocada para se adequar melhor à análise das mídias empreendida por Charaudeau. O autor evidencia que ao se analisar a mídia deve-se levar em consideração a especificidade de cada suporte midiático, então ele faz diferença entre cada suporte fazendo uma tipologia geral que ele define como gêneros jornalísticos (imprensa), gêneros televisivos, gêneros radiofônicos.

Este capítulo é bastante interessante porque Charaudeau faz uma tipologia dos textos de informação midiática, construindo um modelo baseado na relação com as estratégias da informação. Vale destacar que nesta tipologia existem subgêneros de informação, como a entrevista, o debate, a reportagem, dentre alguns possíveis subgêneros midiáticos. Para o autor, sua maneira particular de ver a noção de gênero, construiu-se pela observação de que cada suporte midiático determina as formas textuais (gêneros) que se constituem em “verdadeiros moldes de tratamento da informação”. Formas que são utilizadas pelas instâncias de emissão e necessárias pelas instâncias de recepção para que estas possam proceder com sua interpretação.

No último capítulo, intitulado de Balanço crítico, Charaudeau desenvolve uma análise sobre alguns acontecimentos atuais, como o 11 de setembro de 2001. Ele parte da idéia de que na sociedade modernas circulam dois discursos a respeito das mídias, um dos cidadãos que denunciam a manipulação das mídias, e o outro dos jornalistas que, quando são questionados, reivindicam a liberdade da palavra. Assim ele considera que o fenômeno da informação se trata de uma “máquina de informar”.

É importante salientar que como o processo de informar é feito e destinado por instâncias humanas, o processo vai ser carregado de intencionalidade e por isso também esse processo vai ser construtor de sentido.

Charaudeau vai discutir neste balanço se há ou não manipulação empreendida pelas mídias. Ele vai direto ao ponto e diz que há manipulação, mas de “uma maneira que nem sempre é proposital”. Destaca ainda, que cada suporte midiático não produz o mesmo, pois cada um obedece a regras de funcionamentos que são diferentes. Para o

autor é importante reconhecer que apesar de manipularem, as mídias são importantes para o funcionamento da democracia.

A manipulação das mídias está no fato de que elas impõem suas escolhas dos acontecimentos, principalmente porque segundo o autor a agenda midiática nem sempre é a mesma que a política e a cidadã. Isso acontece segundo Charaudeau, porque “as mídias informam deformando”, mas é preciso destacar que essa deformação não é intencional.

Para encerrar, vale a pena salientar que, para Charaudeau, as mídias deveriam se questionar e analisar que quando elas relatam um acontecimento elas de certa forma orientam a interpretação deste relato e do próprio acontecimento. E ele ressalta a importância de haver uma instância com direito de monitoração dos cidadãos.

Fazendo uma análise crítica do livro, o mais interessante no ponto de vista foi o desenvolvimento da noção de gênero proposta pelo autor, seu modelo e principalmente a tipologia que o autor propõe, principalmente porque ele destaca e evidencia que essa tipologia deve levar em conta as especificações de cada suporte midiático.

Mas o que faltou esclarecer foi a questão do poder das mídias. Não fica clara a abordagem que o autor faz. No meu entendimento falar de discurso, relações de poder e forças sem se remeter a Foucault (fundador de conceitos basilares de AD) e da problemática da analítica do poder, torna-se de certa forma incompleto. Principalmente, porque o autor assume algumas noções de Foucault. Mas sua abordagem é confusa, pois ele transparece ainda a noção de que há um poder central e não a de que o poder se pulveriza em micropoderes na sociedade. Essa visão se adequa mais, na minha opinião, a questão midiática, que mesmo dizendo-se contra o poder político, muitas vezes é utilizada por este para difundir seu discurso e, portanto, fazer reverberar seu “poder”, “ideologia”. E a própria instância midiática se constitui em uma instância de poder na medida em que suas enunciações, mesmo que mediando outros discursos, constitui-se em um discurso, o discurso das mídias.