

F866a

Freitas, Ernani Cesar de

Análise das estratégias discursivas em textos do informativo diário de uma organização bancária: uma abordagem semiolinguística / Ernani Cesar de Freitas - 2002.

304 f.; enc.; 30 cm.

Dissertação (mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2002.

1. Linguagem - Trabalho 2. Sujeito - Linguagem 3. Semiolinguística I. Título

CDU800(043.3)

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS

CENTRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGÜÍSTICA APLICADA

**ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS EM TEXTOS DO  
INFORMATIVO DIÁRIO DE UMA ORGANIZAÇÃO BANCÁRIA:  
UMA ABORDAGEM SEMIOLINGÜÍSTICA**

**ERNANI CESAR DE FREITAS**

Orientadora Dra. Terezinha Marlene Lopes Teixeira

São Leopoldo, agosto de 2002

### **DEDICATÓRIA**

*A Deus, meu grande protetor e guia espiritual, meu amigo das horas de inquietude e solidão, que sempre esteve presente comigo nos momentos de dúvidas, incertezas, inseguranças, dificuldades, crença e descrença, esperança e desesperança, encontros e desencontros e que me ajudou a superar todos os obstáculos, fortalecendo a minha fé e a convicção de que valeu a pena lutar por um ideal de amor, de paixão pelas letras, pela renovação de expectativa de vida, de novos horizontes, o que me fez buscar com persistência e perseverança a concretização deste grande objetivo, desafiador num primeiro instante, mas que agora se materializa, representando para mim uma significativa conquista pessoal e profissional.*

#### **AGRADECIMENTO ESPECIAL**

À Prof<sup>a</sup>. Dra. Marlene Teixeira, minha orientadora, pessoa íntegra e muito especial, cativante, humanitária e carismática, muito competente e profissional que, pela sua amizade tão fraterna, sua compreensão, sua prontidão e sua disponibilidade, sempre soube tratar dos nossos processos com transparência e sensibilidade. A Profa. Marlene é uma pessoa simples e amável, e não é por acaso que, por tudo isto e muito mais, ela é magnânima como mestra e orientadora, demonstrando sempre comprometimento, seriedade e qualidade de caráter, amorosidade, riqueza de conhecimentos, de ensinamentos e de orientações, além do incentivo e da fé que irradia. Por isso, devo-lhe significativa parcela de minhas conquistas até então, agradecendo de coração por ter sido seu aluno e orientando, por ter encontrado em sua pessoa uma exemplar mestra, excelente orientadora, grande amiga e fiel confidente.

### **AGRADECIMENTOS**

*À Profª. Dra. Maria Eduarda, coordenadora do PPGLA, pela atenção, acolhida e orientações;*

*Aos meus professores do Curso Cátia, Dóris, Farina, Luiz Antônio Marcuschi, Maria Eduarda, Marlene Teixeira e Patrick Chardenet, pela amizade, compreensão e ensinamentos;*

*À Profª. Vera Mello, pela valioso auxílio na revisão de língua;*

*Às colegas de Curso, pela convivência, amizade e respeito;*

*À minha família: Linda, Daiane e Ernani Junior, pela compreensão, pela paciência e pelo incentivo;*

*À minha Mãe, pelo afeto e pelo auxílio financeiro;*

*Aos meus colegas de trabalho, em especial o Marco André, pelo apoio e auxílio logístico prestados, inestimáveis;*

*Ao Banco do Brasil, pelo reconhecimento da oportunidade.*

## SUMÁRIO

RÉSUMÉ .....	8
RESUMO .....	10
INTRODUÇÃO .....	12
1 A COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES .....	21
2 A TEORIA SEMIOLINGÜÍSTICA DE ANÁLISE DO DISCURSO .....	39
2.1 Sentido da língua e sentido do discurso .....	51
2.2 Contrato de comunicação e <i>mise en scène</i> .....	56
2.2.1 O saber-fazer comunicativo .....	64
2.2.2 O ato de linguagem como <i>mise en scène</i> .....	73
2.2.3 Os sujeitos da linguagem .....	84
2.3 Os níveis de competência de linguagem .....	102
2.4 Os princípios e os modos de organização do discurso .....	109
2.4.1 O modo de organização enunciativo .....	114
2.4.2 A modalização e as modalidades enunciativas .....	117
2.4.3 O modo de organização argumentativo .....	120
2.4.4 A argumentação na teoria Semiolingüística ...	123
2.4.4.1 O que é argumentar .....	131
2.4.4.2 O ato de argumentar e o dispositivo argumentativo .....	134

3	TEXTO JORNALÍSTICO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES .....	142
3.1	O texto jornalístico <i>on line</i> .....	157
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	163
5	ANÁLISE DO <i>CORPUS</i> .....	172
	CONCLUSÃO .....	267
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	288
	ANEXOS .....	296
	Texto 1 .....	297
	Texto 2 .....	299
	Texto 3 .....	301
	Texto 4 .....	303

## RÉSUMÉ

Située dans le champs interdisciplinaire qui étudie les relations entre langage et travail, cette recherche se propose d'analyser les textes du bulletin quotidien de communication interne, *on line*, de la Banque du Brésil - Agence de Nouvelles Aujourd'hui à la BB - dans le but de décrire: (1) la situation de communication (marque de situation) dans laquelle se situent les partenaires de l'échange langagier participants de la relation contractuelle; (2) les stratégies de *mise en scène*, d'ordre énonciateur, utilisées par le sujet énonciateur dans la modalisation du discours et la construction des rôles énonciatifs. Ceci permettra d'identifier l'image que le locuteur se fait de lui-même et l'image que le locuteur se fait de l'interlocuteur; (3) Les stratégies de *mise en scène*, d'ordre énonciateur, utilisées par le sujet énonciateur pour la réalisation de la finalité de l'acte de communication et configurées par le biais du mode d'organisation argumentative. Le cadre théorique et méthodologique de l'analyse est ancré

sur la perspective sémiolinguistique de Patrick Charaudeau (1983; 1992; 2001). Les résultats montrent une situation de communication dans laquelle le destinataire est considéré comme un interlocuteur interprétant à la merci du sujet communicant, témoignant un dire pour faire conformément à la relation contractuelle qu'il maintient avec l'entreprise.

**MOTS-CLÉS:** Langage - travail - mise en scène - sujet du langage - contrat de communication - stratégies discursives.

## RESUMO

Situada no campo interdisciplinar que estuda as relações entre linguagem e trabalho, esta investigação propõe-se a analisar textos do informativo diário de comunicação interna, *on line*, do Banco do Brasil - Agência de Notícias Hoje no BB - com o objetivo de descrever: (1) a situação de comunicação (marco situacional) na qual se encontram os parceiros da troca linguageira participantes da relação contratual; (2) as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciativa, utilizadas pelo sujeito enunciador na modalização do discurso e na construção dos papéis enunciativos, de modo a identificar: a imagem que o locutor faz de si mesmo; a que o locutor faz do interlocutor; (3) as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciatória, utilizadas pelo sujeito enunciador para a realização da finalidade do ato de comunicação, configuradas através do modo de organização argumentativo. O quadro teórico e metodológico de análise está ancorado na perspectiva semiolinguística de Patrick Charaudeau (1983; 1992; 2001). Os

resultados apontam para uma situação de comunicação em que o destinatário é considerado como um interlocutor interpretante à mercê do sujeito comunicante, testemunhando um dizer para fazer conforme a relação contratual que mantém com a empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** linguagem - trabalho - *mise en scène* - sujeitos da linguagem - contrato de comunicação - estratégias discursivas.

## INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, freqüentes têm sido as contribuições advindas dos estudos da linguagem para melhor compreender a vida social e assim auxiliar a resolver os problemas de comunicação de uma sociedade moderna altamente complexa. Nesse contexto, vêm se destacando as abordagens sobre as relações entre *Linguagem e Trabalho*, que visam não só a descrever e a analisar interações em diferentes tipos de atividades profissionais, como também a colaborar para um melhor entendimento dos rituais sociais que ali se praticam.

Esses estudos têm origem na França, onde, em 1983, pesquisadores de disciplinas diferentes iniciaram uma cooperação efetiva no sentido de pensar a questão do trabalho. As investigações desse grupo foram sistematizadas em *L'homme producteur* (1985)<sup>1</sup>, obra que lança as linhas básicas do que

---

<sup>1</sup> Cf. Souza-e-Silva (2001): Schwartz, Yves; Faïta, Daniel (eds.). Mersidor: Éd Sociales.

viria a constituir o dispositivo APST (*Analyse Pluridisciplinaire des Situations de Travail*).

A questão inicial que moveu a discussão desse grupo foi: Como pensar as mudanças do trabalho? Essa questão é pertinente à conjuntura típica dos anos 80, quando o capital, que vinha em crise desde os anos 70, reestrutura-se, instituindo um novo tipo de economia caracterizável, sobretudo, pela flexibilidade e baseado no conhecimento e na utilização de tecnologias avançadas. Essas inovações afetam profundamente o modo de organização do trabalho.

O padrão produtivo taylorista-fordista, que vigorou durante praticamente todo o século XX, em que a atividade de trabalho se reduz a uma ação mecânica e repetitiva, começa a ser questionado. A resposta capitalista ao esgotamento desse padrão provoca o surgimento de outros modelos organizacionais, em que as empresas passam de uma estrutura piramidal para uma estrutura em rede; da organização hierárquica para a organização descentralizada, prevendo-se, pelo menos na esfera do discurso, uma maior participação dos trabalhadores (Antunes, 2001).

De fato, os sistemas produtivos contemporâneos descobrem que engajar o trabalhador em grupos destinados a discutir seu trabalho e desempenho pode ser um fator de melhoria da produtividade. A palavra assume, então, nesse contexto, lugar de destaque e, dessa forma, torna-se absolutamente pertinente o surgimento do interesse pela dimensão linguageira do trabalho.

Atualmente, sociólogos, filósofos e profissionais de outras áreas "estão mais atentos à importância das atividades linguageiras que tecem o cotidiano. O emprego está em crise e a natureza do trabalho mudou: os estudiosos do assunto proclamam a importância crescente do escrito nas organizações, a formalização de informações, a evolução da tecnologia com o desenvolvimento da informática, a utilização da reunião como instrumento de gestão, etc". (Souza-e-Silva, 2001, p. 131). Encontra-se em descrédito a visão abstrata das atividades produtivas, que relegava a segundo plano as trocas simbólicas, predominante num passado recente.

Boutet (1995, p. 17) afirma que "a linguagem é uma das práticas sociais pelas quais os indivíduos constroem, transformam ou negam seu pertencimento a um grupo, a um coletivo e a um gênero". A autora (1993, p. 58) comenta que

“se pode distinguir esquematicamente duas grandes concepções modernas da linguagem no trabalho: (1) a linguagem é proibida e estigmatizada no taylorismo pelas empresas no início do século; (2) a linguagem é fator de produtividade e valorizada no pós-taylorismo contemporâneo: administração participativa, equipes semi-autônomas, controle por objetivos”.

O estatuto da linguagem no trabalho é mais complexo do que parece. De um lado, ela é objeto de abordagens tecnológicas, como nos dispositivos de extração de conhecimentos destinados à constituição de sistemas informatizados, mas, de outro, ela é parte constitutiva da construção dos coletivos no trabalho; é o vetor da transmissão dos saberes (ibid.).

A convocação da lingüística ao diálogo com as ciências do trabalho torna-se natural desde que o trabalho, classicamente ligado aos conceitos de economia, propriedade e mercado, passa a ser tematizado em sua dimensão *linguagreira*. Essa é uma discussão relativamente nova para o lingüista que, até há bem pouco tempo, só interferia - e de modo tangencial - nas instituições de ensino, não só como decorrência de uma afinidade histórica entre a reflexão sobre as línguas e sobre a escola, mas também como resultado de uma demanda social específica feita pela instituição escolar aos gramáticos e aos

lingüistas (Souza-e-Silva, 2001, p. 131). Sendo assim, a adesão da lingüística a esse universo de pesquisa levanta algumas questões: qual o papel do lingüista nesse diálogo interdisciplinar? Que teorias lingüísticas podem intervir nessa investigação? Que situações de trabalho analisar?

Para Souza-e-Silva (ibid., p. 137), a opção pelo estudo das práticas de linguagem em situação de trabalho exige, dada a natureza do espaço em que se insere, a abertura das teorias lingüísticas a outros campos de investigação. Teixeira (2001b) sugere a instituição de um espaço teórico caracterizado pela indissociabilidade entre as formas lingüísticas e seu funcionamento em discursos socialmente situados, de acordo com o postulado fundamental de que a matéria lingüística constitui elemento necessário à construção do sentido do discurso, mas não suficiente, pois essa matéria uma vez proferida adquire, por meio da enunciação, um conjunto de propriedades não redutíveis à pura forma.

As teorias da linguagem que se têm colocado nesse debate, de um modo geral, advêm da pragmática (Grice, Austin, Searle), da sociolingüística aliada ao procedimento distribucional de Harris (Boutet), dos estudos no campo da enunciação, especialmente a partir da contribuição de Maingueneau, e das

formulações de Bakhtin, de diferentes correntes da análise de discurso, como, por exemplo, as perspectivas sócio-interacionistas.

No conjunto de abordagens lingüísticas que dialogam com as ciências do trabalho, situamos nossa investigação na perspectiva Semiolingüística de análise do discurso de Charaudeau (1983, 1992, 2001), segundo a qual o sentido do discurso depende das circunstâncias da enunciação e dos destinatários aos quais o discurso é dirigido. Trata-se de uma teoria que não despreza aquisições resultantes de pesquisas em etnometodologia, em antropologia, em sociologia, nem tampouco as aquisições da pragmática e do dialogismo bakhtiniano.

Falar de trabalho é deparar com inúmeros temas que podem ser objetos de pesquisa. No âmbito da oralidade, é possível observar interações em ambiente de trabalho, reuniões de planejamento, de avaliação, de gestão participativa, etc. No âmbito da escrita, observam-se interações em regulamentos, circulares, atas, relatórios, jornais de empresas, etc. O estudo de discursos em situação/relacionados com o trabalho permite perceber como se constroem as identidades socioculturais. Revela também que os usos lingüísticos intervêm no êxito ou no fracasso de muitas atividades

interpessoais e organizacionais, assim como na maneira como se articulam as relações de poder ou de solidariedade, de dominação ou de resistência entre os grupos humanos.

Esta investigação toma por objeto os textos da Agência de Notícias Hoje no BB, principal informativo diário de comunicação interna, *on line*, da organização bancária Banco do Brasil, veículo que, no âmbito interno da comunicação institucional, é o carro-chefe, divulgando notícias gerais e informações relevantes sobre o Banco, como desempenho, produtividade, planos e políticas, estratégias, produtos e serviços, atendimento ao cliente, segurança e negociações trabalhistas.

Nosso objetivo é descrever: (1) a situação de comunicação (marco situacional) na qual se encontram os parceiros da troca linguageira participantes da relação contratual; (2) as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciativa, utilizadas pelo sujeito enunciador na modalização do discurso e na construção dos papéis enunciativos, de modo a identificar: a imagem que o locutor faz de si mesmo; a que o locutor faz do interlocutor; (3) as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciatória, utilizadas pelo sujeito enunciador para a

realização da finalidade do ato de comunicação, configuradas através do modo de organização argumentativo.

A Agência de Notícias Hoje no BB, como um dos instrumentos diários de comunicação interna, *on line*, do Banco do Brasil, sendo o principal deles, é de certa maneira o canal que veicula a voz da organização. Pode-se dizer que um veículo de comunicação interna parece assumir papel preponderante como mecanismo político para administrar a construção simbólica da empresa que se pretende projetar, ou seja, por meio desse canal, as imagens institucionais não só interagem com os funcionários, como também legitimam a organização. Essas *imagens* institucionais, decorrentes de efeitos da fala, conforme Charaudeau (1983, p. 39), concorrem para criar espaços cênicos no ato de linguagem e parecem constituir modos de pensar a realidade da empresa, e sua análise pode contribuir para uma melhor compreensão dos processos envolvidos na comunicação.

Desenvolvemos este estudo segundo o percurso a seguir indicado. De início, tecemos breves considerações sobre a linguagem e a comunicação nas organizações, apresentando, a seguir, os principais aspectos dos postulados de Patrick Charaudeau, cuja teoria é basilar neste trabalho e fundamental

para a concretização dos objetivos propostos. Em seqüência, fazemos algumas observações a respeito do gênero discursivo "texto jornalístico", comentando a especificidade do texto jornalístico *on line* e destacando algumas características do contrato que o sobredetermina.

Conhecido o referencial teórico que embasa este trabalho, apresentamos os procedimentos metodológicos que norteiam a análise do *corpus* e realizamos um exercício de análise em quatro desses textos. Finalmente, realizamos alguns comentários sobre os resultados da análise das estratégias discursivas utilizadas no informativo diário, *on line*, do Banco do Brasil - Agência de Notícias Hoje no BB.

## **1 A COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES**

De modo geral, as organizações procuram demonstrar (ou gostam de pensar) que operam por meio de processos extremamente racionalizados, sobre os quais exercem absoluto controle. Dentro dessa perspectiva, a administração de uma empresa é vista como capaz de diagnosticar, planejar, operacionalizar, acompanhar e avaliar o desempenho de seus funcionários.

Entretanto, conforme Morgan (1996, p. 20) assinala, "as organizações são geralmente complexas, ambíguas e paradoxais. O real desafio é aprender a lidar com essa complexidade". Pressupomos que é possível analisar qualquer organização como um organismo permeado por interesses que precisam ser administrados. Nasce daí a importância da comunicação dentro da empresa.

As organizações contemporâneas têm, de um modo geral, valorizado a linguagem como componente fundamental de sua comunicação interna que visa ao alcance de suas metas e propósitos organizacionais, maximizando fatores como produtividade, rentabilidade e a própria gestão. Boutet (1993, p. 59) lembra que as organizações pós-taylorianas têm bem compreendido a importância da comunicação no trabalho, colocando em primeiro plano a inteligência e a criatividade das pessoas, pois elas promovem as "empresas comunicantes" (...). As organizações contemporâneas do trabalho reconhecem a linguagem como um fator de produtividade: ela não se opõe ao rendimento econômico, mas, ao contrário, o favorece.

Essa mudança, que veio na esteira da obsolescência relativa do modelo taylorista, implica progressivamente todos os níveis hierárquicos e assume principalmente a face de programas de qualidade, de grupos de expressão, iniciativas múltiplas do gerenciamento participativo que explicitam a função ativa desempenhada pela palavra como instrumento de gestão, de produção e de mobilização social (Souza-e-Silva, 1999).

Halliday (1987) discute a importância de uma *retórica organizacional*, na medida em que toda organização precisa

justificar sua existência, quer para o ambiente social em que se insere, quer para os seus próprios funcionários, a fim de conseguir sua adesão a seus princípios e a seu modo de condução de processos.

Para atingir seus objetivos estratégicos, as organizações hoje se utilizam de vários veículos de comunicação interna (TV, jornal, revistas, internet, intranet) e gêneros e tipos textuais/discursivos diversos, tais como informativos diários, cartilhas, instruções normativas, regulamentações, reuniões, etc. A linguagem vista como elemento central da situação de trabalho, utilizada nesses múltiplos canais de comunicação interna, pode revelar-se como meio privilegiado de se conhecer a realidade das atividades de trabalho, o modo como a empresa representa seus funcionários.

Os escritos organizacionais têm sido objeto de atenção dos pesquisadores que se ocupam da articulação linguagem e trabalho. Não são poucas as organizações que apontam as comunicações escritas como foco de problemas. Duarte e Feitosa (1998, p. 147) chamam a atenção para as constantes demandas por cursos de redação técnica, feitas pelos setores responsáveis por formação e treinamento de pessoal. Os cursos

acontecem, mas os problemas continuam, o que demonstra que sua causa transcende os aspectos relativos à boa formação textual.

No contexto empresarial, comunicar significa, simplesmente, transmitir informações de um emissor a um destinatário. Em geral, é essa visão ingênua da comunicação que está embutida nas novas formas de gestão, e quando as empresas manifestam preocupação em melhorar a comunicação entre os trabalhadores e as chefias ou entre trabalhadores e trabalhadores, estão pensando em aprimoramento de linguagem, diagramação mais criativa, etc. Subjaz a essa concepção de comunicação o modelo tradicional, representado pelo esquema clássico que contempla: *Emissor - Mensagem - Receptor*, em que está pressuposto um processo simétrico entre as instâncias de produção e recepção da mensagem. Esse esquema preocupa-se prioritariamente com a integridade material da mensagem durante o processo da comunicação, sem levar em conta os efeitos que ela poderia causar no receptor.

Sabemos, contudo, que a abertura de espaços para a comunicação organizacional não garante que haja compreensão entre os trabalhadores ou entre estes e as chefias. A própria linguagem pode se constituir como um obstáculo ao diálogo no local de trabalho, apresentando-se como fonte de mal-

entendidos, pois o processo de comunicação é bem mais complexo do que imagina o senso comum.

Vários autores vêm problematizando os modelos clássicos de comunicação. Orecchioni (1980, p. 17), por exemplo, considera impróprio descrever-se o emissor como alguém que, para construir sua mensagem, escolhe livremente esse ou aquele item lexical, essa ou aquela estrutura sintática no estoque de suas aptidões lingüísticas, tirando desse imenso depósito, sem qualquer restrição, "o que tem a dizer". Na verdade, há filtros que limitam as possibilidades de escolha e que dependem de dois tipos de fatores: 1) as condições concretas da comunicação; 2) as naturezas temáticas e retóricas do discurso, isto é, grosso modo, as restrições de gênero.

Charaudeau (1983, p. 38) também se contrapõe ao esquema simétrico de Jakobson (1993, p. 123)<sup>2</sup>, no qual um ato de comunicação supõe a transmissão de uma mensagem de um emissor

---

<sup>2</sup> A interpretação de que Jakobson produziu um esquema simétrico de comunicação não é consensual. Peytard e Moirand (1992, p. 110) recomendam que a leitura do esquema de comunicação de Jakobson não deve ser feita separadamente da análise das funções da linguagem, da análise dos dois tipos de afasia em que a dialética da metáfora e da metonímia é tornada evidente e do estudo sobre os *embrayeurs*. Se separarmos a apresentação dos pólos do esquema desses aspectos, tudo isso é simétrico. Na opinião dos autores, fazer essa separação é retirar de Jakobson o que o define: pensar o funcionamento da língua na instauração do discurso. Neste trabalho, não entraremos nessa discussão que por si só demandaria uma outra pesquisa.

para um receptor<sup>3</sup>, que possuem em comum, ao menos parcialmente, o código necessário para a transcrição (*codificação/decodificação*) da mensagem, colocando em evidência a assimetria entre os processos de produção e interpretação da mensagem. O autor vê o TU não como um simples receptor, mas sim como um sujeito que elabora uma interpretação em função do ponto de vista que ele tem sobre as circunstâncias do discurso e sobre o EU. O EU, por sua vez, descobrindo que o TU-interpretante não é o mesmo que ele imagina, descobre-se como um outro EU, sujeito falante fabricado pelo TU-interpretante.

Charaudeau (*ibid.*, p. 8-9) destaca duas grandes linhas que algumas teorias lingüísticas e semióticas propõem como diferentes atitudes frente à linguagem: a) uma certa posição teórica consiste em conceber o ato de linguagem como produzido por um emissor-receptor ideal em uma circunstância de comunicação neutra. Nessa perspectiva, a linguagem é vista como um "objeto transparente". O processo de comunicação sendo simétrico, o receptor só tem que percorrer em sentido inverso o movimento de transmissão da fala para encontrar a intencionalidade do emissor; b) uma outra posição teórica

---

<sup>3</sup> Cf. Orecchioni (1980, p. 13): todos os elementos que Jakobson considera como "fatores inalienáveis da comunicação verbal", o são efetivamente, e em particular o emissor e o receptor, que, se não são sempre identificáveis, participam sempre virtualmente do ato enunciativo: a dupla atividade de produção/reconhecimento instala as das funções de emissor e de receptor,

consiste em conceber o ato de linguagem como produzido por um emissor determinado num contexto sócio-histórico dado. Nessa perspectiva, a linguagem é um "objeto não transparente". De fato, nessa segunda posição, o processo de comunicação não decorre de uma única intencionalidade, pois é preciso levar em consideração não somente o que poderiam ser as intenções declaradas do emissor, mas também o que diz o ato de linguagem e que decorre da relação particular que une o emissor ao receptor. Assim o ato de linguagem não é mais concebido como um ato de comunicação, resultado da única/simple produção de uma mensagem por um emissor endereçada a um receptor, mas como um encontro dialético (é este encontro que funda a atividade metalingüística de elucidação dos sujeitos da linguagem) entre dois processos: 1) processo de *produção*: produzido por um EU para um TU-destinatário; 2) processo de *interpretação*: produzido por um TU'-interpretante que constrói uma imagem EU' do emissor. O ato de linguagem torna-se, então, um ato interrenunciativo entre quatro sujeitos (e não dois), lugar de encontro imaginário de dois universos de discurso que não são idênticos.

Tal modelo se fundamenta numa concepção que pretende ultrapassar a formulação simplista comentada anteriormente,

---

confundidas pelo fato de que todo emissor é simultaneamente seu próprio receptor e todo receptor é um emissor em potencial.

segundo a qual o processo enunciativo se definiria em termos de uma relação simétrica entre emissor e receptor, os quais compartilhariam o mesmo código, cabendo ao receptor, simplesmente, decodificar a mensagem proferida pelo emissor e, por conseguinte, a sua intenção comunicativa. Nesses termos, ao propor o desenvolvimento de um modelo de compreensão do processo enunciativo aplicado à análise do discurso, Charaudeau advoga a necessidade de se considerar um "fora da linguagem" (uma realidade extralingüística) que se combina de modo pertinente com o local de manifestação discursiva. Trata-se de uma condição de possibilidade para se assumir a existência de um *sentido relacional*, isto é, de uma significação da relação intersubjetiva que se estabelece entre os parceiros da comunicação e, ainda, de um *sentido implícito*, ou seja, de uma significação que não se engendra somente a partir da combinação do semantismo dos vocábulos de um enunciado, em termos de suas propriedades lexicais e relações gramaticais, mas sobretudo através da inter-relação deste com as circunstâncias/condições de enunciação, que permite inferir o que não é dito de maneira explícita. Desse modo, uma palavra não tem um sentido *a priori* fixado no dicionário de uma vez por todas, mas, antes, contribui para o engendramento do sentido no contexto situacional em que se inscreve a interação verbal.

É nesse sentido que Charaudeau situa a oposição *interno x externo* no centro das discussões atuais sobre a linguagem e define a significação discursiva como uma resultante de dois componentes autônomos em sua origem e interdependentes em seu efeito, a saber, um *componente lingüístico*, que opera com um material verbal, a língua, e um *componente situacional*, que opera com um material psicossocial, relativo a um conjunto de práticas e comportamentos humanos que orientam a definição dos sujeitos enquanto seres sociais e enquanto seres comunicantes. Com efeito, o lingüista postula que a significação é construída por meio de duas inter-relações que se articulam ao mesmo tempo uma sobre a outra: a) inter-relação entre dois espaços de produção do sentido, externo e interno; b) inter-relação entre dois espaços enunciativos, de produção (eu) e de interpretação (tu), com a interposição de uma avaliação.

Na visão do autor, o ato de linguagem é comandado pelas circunstâncias sociais do discurso, e sua construção leva em conta o explícito e o implícito da linguagem; ele é um dispositivo, dentro do qual se encontra o sujeito-falante (escrevendo ou falando), guiado por um sujeito-comunicante. Nele se manifestam, pois, quatro sujeitos comunicacionais, sendo dois *situacionais*, externos, e dois *discursivos*, internos. Os sujeitos ditos "externos" são o E<sub>Uc</sub> (eu-

comunicante) e o TUi (tu-interpretante): trata-se de seres historicamente determinados, parceiros reais da troca linguageira que têm uma identidade (psicológica e social) e que estão ligados por um "contrato de comunicação". Enfim, a perspectiva de Charaudeau reúne "pinçagens" teóricas consideradas por nós como bastante funcionais para efetivar-se uma análise de discurso como a que propomos.

Procuramos, neste trabalho, destacar a importância de que se reveste um veículo informativo de empresa, o informativo Agência de Notícias Hoje no BB, visto que ele parece assumir papel preponderante como mecanismo político para administrar a construção simbólica da empresa que se pretende projetar. Ou seja, por meio do informativo, as imagens institucionais não só dialogam com funcionários (e clientes), como também legitimam a organização (Arouca et al, 1998, p. 308). Essas imagens institucionais parecem constituir *modos de pensar* a realidade da empresa, e sua análise pode contribuir para a consciência dos processos envolvidos na comunicação.

Destaca Halliday (1987) que a *imagem* é uma conjunção de imagens indissociáveis e entremeadas pelas seguintes dimensões: a imagem espacial, a imagem temporal, a imagem relacional, a imagem personificada, a imagem valorativa. No

fornecimento de material para a construção da imagem empresarial, é preciso levar em conta este inventário completo. Apesar de ter várias facetas, a imagem tem uma única face, e complementa a autora, enfatizando, também, que a imagem empresarial serve para assegurar à empresa um *status de persona grata* junto a seus públicos relevantes. A legitimidade é conferida pelos construtores da imagem, isto é, pelos interlocutores da empresa. Por isso, compete à empresa credenciar-se junto a seus legitimadores para continuar exercendo seu poder de empresa. Considerando que uma organização é permeada por uma cultura organizacional e que todos os seus membros partilham crenças e valores, a projeção imagética constitui e é constituída por todos os integrantes da empresa.

Ao trazer à análise dos textos do informativo diário Agência de Notícias Hoje no BB uma teoria assimétrica da comunicação, visamos a contribuir para transcender a concepção linear de comunicação, instaurando uma reflexão sobre a complexidade das relações que se constroem no trabalho, bem como sobre as diferentes representações de sujeito que se organizam nesses espaços ditos "comunicacionais". Desse modo, nossa reflexão se exime de qualquer tipo de intervenção

prescritiva do que poderia vir a ser um jornal *on line* de empresa, "melhor" ou "de mais fácil leitura".

Pelo que observamos no dia-a-dia de trabalho no Banco do Brasil, inúmeros são os escritos e diversos são os textos produzidos para informar, comunicar. Daí conclui-se que a linguagem possui destacada importância no contexto sócio-profissional dessa organização bancária. A linguagem é, também, essencial em fases como a de planejamento das tarefas e de avaliação das atividades realizadas, inerentes ao processo de trabalho.

Nesse sentido, tanto os escritos gerenciais (sistema organizacional) quanto os operacionais (sistema técnico) - quando bem sucedidos como espaços de interação - provocam ações e comportamentos possíveis de serem observados em algum ponto no tempo e no espaço. "Essa é sua função precípua, pois que são criados para levar à ação" (Feitosa, 1998, p. 41).

Os escritos formativos, segundo Feitosa, são os que se destinam a agir sobre as competências que os trabalhadores mobilizam para impulsionar - com os meios oferecidos pelo sistema organizacional - o sistema técnico. Interessa aqui, entretanto, particularizar como *formativos* os escritos que são

utilizados pelos trabalhadores com a finalidade de ampliar seus esquemas de conhecimento. Contudo, conforme a autora (ibid., p. 42), há que se considerar ainda, nessa classificação, alguns escritos como os *institucionais* e os *motivacionais*. Os primeiros têm como principal função construir, tanto para o público interno quanto para o público externo, uma imagem positiva da organização. Os segundos são destinados a elevar a auto-estima e a imprimir/reforçar nos indivíduos o desejo constante de se superar. Para Feitosa (ibid.), então, "os *house-organs*<sup>4</sup> são, por excelência, o suporte desses dois tipos de textos, pois destinam-se a agir sobretudo nos sistemas de crenças, construindo os valores éticos e ideológicos que interessam à organização, buscando fazer com que os indivíduos substituam seus desejos pelos da organização". Arouca et al (1998, p. 308) comentam que "um *house organ* se instaura como a voz da empresa, da sua administração superior, traduzindo-se em uma comunicação descendente que precisa ser conscientemente planejada para desenvolver a confiança entre os interlocutores envolvidos".

Em resumo, pode-se dizer que é inegável que a habilidade para a redação de textos claros - porque coerentes e coesos - é na maioria das vezes ingrediente necessário para que as

---

<sup>4</sup> Cf. entendemos, neste estudo, a Agência de Notícias Hoje no BB assemelha-se a um *house-organ*.

comunicações escritas desempenhem seu papel fundamental na vida das organizações. No entanto, se essa é uma condição necessária, está longe de ser suficiente (Duarte e Feitosa, 1998, p. 147). Os escritos de trabalho, para serem eficazes, demandam muito mais que qualidades literárias do redator. É preciso que as organizações e seus membros os vejam como elementos constitutivos do processo de trabalho e procurem conhecer as causas sistêmicas de que decorrem as falhas, geralmente apenas percebidas como incompetência dos indivíduos que os produziram.

Os escritos são ações - ou melhor -, interações que, coexistindo com outros comportamentos e atitudes do dia-a-dia de trabalho, ganham sentido em função das finalidades que o trabalhador que os utiliza pretende atingir. Uma organização que deseje melhorar a qualidade desses escritos, a fim de que eles cumpram melhor as finalidades para as quais são elaborados, deve começar pelo entendimento de como funcionam, em situação real de trabalho, esses instrumentos de comunicação que, juntamente com as interações orais, estabelecem e mantêm elos sociais, concretizam o planejamento de ações, constituem-se em atos diretos e indiretos de linguagem, servem para coordenar e avaliar ações de trabalho (ibid., p. 148). Além disso, os escritos rompem as barreiras

do aqui e agora, tornando possível que a interlocução se refaça em outros contextos situacionais, com outros parceiros às vezes não previstos pelo autor.

Para melhor situarmos nossa perspectiva teórico-metodológica, dedicamos, a partir de agora, algumas linhas ao esclarecimento da intervenção de Charaudeau no terreno da análise do discurso, tendo em vista que essa denominação comumente é associada à perspectiva desenvolvida, na França, por Michel Pêcheux a partir do final dos anos 60. No momento atual, não se pode mais falar de análise do discurso sem que se especifique a qual ou a quais correntes o pesquisador está ligado ou qual está privilegiando em seus estudos. É por essa razão que se faz necessário demarcar o território teórico-analítico no qual se vai trabalhar.

O surgimento da Análise do Discurso no cenário tem favorecido a compreensão do fenômeno da linguagem num âmbito mais amplo. Essa ampliação de horizontes não resultou em qualquer descaracterização dos avanços teóricos e metodológicos que a Lingüística produziu a partir do estruturalismo. A estrutura da língua continua sendo o ponto de partida de diversas abordagens abrigadas sob o rótulo de Análise do Discurso, apenas compreendendo-se que os signos

lingüísticos, uma vez proferidos, adquirem, por meio da enunciação, propriedades não redutíveis a sua qualidade de signos (Boutet, 1994).

A modificação da relação que a sociedade mantém com suas produções discursivas provoca uma mudança no estatuto da análise do discurso de que se ocupava a Escola Francesa nos anos 60 e 70. Há 25 anos, o interesse pelo discurso era indissociável do interesse pelo político. Hoje, toda situação de discurso é objeto de análise, e o interesse pelas produções verbais, com fins diversos, vem proliferando. Os estudos discursivos abrem-se a outros campos de investigação, além do político; articulações interdisciplinares diversas se fazem para pensar discursos socialmente situados, entre eles, os discursos em situação de trabalho.

As análises de discurso<sup>5</sup> aceitam o desafio de não só buscar dar conta de certos fatos da estrutura de uma língua ou de certas propriedades da natureza da linguagem, mas também de justificar o modo pelo qual os falantes interagem quando colocam em funcionamento uma língua, quando agem em função dela, quando a utilizam para informar ou para desinformar,

---

<sup>5</sup> A utilização do plural deve-se ao fato de que, segundo Maingueneau (1995), há hoje, na França, uma diversidade de pesquisas na área do

quando a acionam para reproduzir convenções ou para manifestar intenções, quando dela fazem uso para comunicar ou para mandar calar.

Charaudeau admite que há várias maneiras de se analisar o discurso e que há várias formas de se proceder a classificações, e cada classificação revela um ponto de vista, critérios e opções daquele que classifica. Segundo o autor (1999, p. 32), toda tipologia é, por assim dizer, subjetiva. Assim, no seu caso, ele busca definir problemáticas do estudo do discurso (uma problemática dita cognitiva e categorizante, uma problemática dita comunicativa e descritiva e uma problemática dita representacional e interpretativa) a partir de três parâmetros: o *objeto* de estudo que cada uma das problemáticas constrói, o tipo de *sujeito* do discurso que ela concebe e o tipo de *corpus* que ela organiza. Acrescente-se também que Charaudeau parte da hipótese de que é possível estudar a linguagem levando-se em conta sua dimensão psicossocial, mostrando que uma teoria do discurso não pode prescindir de uma definição dos *sujeitos do ato de linguagem*.

Isto posto, apresentamos a seguir, em linhas gerais, a Semiolingüística, perspectiva teórica de análise do discurso a

---

discurso, de modo que os estudos que aí se fazem não podem mais ser

ser utilizada para dar conta dos objetivos propostos nesta investigação. É sobre ela que nos fixamos, expondo algumas de suas características mais marcantes. Antecipamos que, segundo essa teoria de Patrick Charaudeau, todos os atos de linguagem são "encenações", no sentido geral do termo. Tais "encenações" resultam da combinação de uma determinada organização discursiva e de um determinado emprego de marcas lingüísticas.

## 2 A TEORIA SEMIOLINGÜÍSTICA DE ANÁLISE DO DISCURSO

São várias as correntes que se apresentam no momento atual em torno da disciplina que se convencionou chamar "Análise do Discurso". A natureza diversa do *objeto-discurso*, os múltiplos interesses que nele são projetados possibilitam a existência de escolas distintas, a ampliação do quadro metodológico e uma fundamentação teórica em pressupostos cada vez mais amplos. O resultado é um elenco de abordagens cada vez mais apurados e orientados para recortes temáticos específicos dos universos discursivos.

Mainueneau (1995, p. 5) afirma que a Análise do Discurso é, por assim dizer, naturalmente envolvida pela heterogeneidade do objeto que ela examina, ou seja, o *discurso*. Isso leva o teórico a formular um brilhante enunciado sobre o assunto: "...*les études sur le discours sont aussi du discours.*" (Machado, 2001, p. 42). Assim, a partir deste raciocínio, Mainueneau pode afirmar, com toda

segurança, que *"Force est de reconnaître qu'il n'y a pas d'accès unique à ce discours mais une multiplicité d'approches gouvernées par des préoccupations très variées."*

A Semiolingüística é uma das teorias de análise do discurso suscetível de ser utilizada de acordo com os objetivos e os diferentes *corpora* dos pesquisadores. Pode-se dizer que esta corrente de estudos, conforme Machado (*ibid.*, p. 43), tem a particularidade de não ser "pura" - aliás, se o fosse, considerar-se-ia tal fato uma "falha", em termos de Análise do Discurso ou, de forma mais abrangente, em termos de *Ciências da Linguagem*. Para a autora (*ibid.*), *"se formos buscar 'pureza' ou 'unicidade' em termos de invenção ou aplicação de conceitos, no campo da Análise do Discurso, teremos que remontar, sem dúvida, à Antigüidade Clássica."* Assim, é normal que uma teoria - não importa qual - tenha sido formada pelo amálgama de várias idéias (*ibid.*): no caso da Semiolingüística, podemos avançar que nela percebemos certos conceitos fundadores vindos de alguns teóricos franceses (tais como Benveniste, Greimas, Barthes...), mas também outros, de igual importância, vindos de teóricos ingleses (como Grice, Austin, Searle...) e, acima de todos eles, sem dúvida, a presença das idéias sempre "inovadoras" de Bakhtin.

Em outras palavras, trata-se de uma teoria que não despreza aquisições resultantes de pesquisas em etnometodologia, em antropologia, em sociologia, nem tampouco as aquisições da pragmática e do dialogismo bakhtiniano. Segundo Machado (ibid., p. 44), há que se considerar o *sujeito-comunicante*, o sujeito empírico, que se presta a realizar uma pesquisa e que escolhe a Semiolingüística em vez das teorias X, Y ou Z. *"Este sujeito deve, por definição ter um espírito crítico, ou seja, manter um olhar não-conformista sobre o mundo, não se deixando levar por idéias feitas; deve nele reinar algo de subversão, de ironia, face aos fatos e ditos do mundo, e é esse 'algo' que levará tal pesquisador a examinar diferentes grupos de textos movido por um desejo de 'desvendar' o que até então não havia sido desvendado, de confrontar diferentes opiniões oriundas de diferentes culturas"* (ibid.). Logo, assim agindo, o sujeito-pesquisador estará refletindo sobre ou colocando em dúvida idéias por demais aceitas ou por demais implantadas ao ponto de se transformarem em dogmas no nosso universo social.

De modo geral, na Semiolingüística, o discurso é visto como "jogo comunicativo", ou seja, o jogo que se estabelece entre a sociedade e suas produções languageiras. É preciso

notar que o nome "Semiolinguística" já é, por si só, revelador do que representa a teoria (ibid., p. 47).

Charaudeau (1992) apresenta o ato de comunicar como um dispositivo em cujo interior encontra-se o sujeito falante e seu parceiro, o interlocutor. Ao pressupor o ato de comunicação como um dispositivo, o autor acentua o fato de que a linguagem está para o uso, pois um dispositivo é algo que serve para cumprir uma determinada função, mas também atenta para o papel dos sujeitos nesse processo: todo dispositivo requer alguém ou algo que o acesse e o ponha para funcionar. Ao inserir o sujeito falante e o seu parceiro no interior desse dispositivo, o autor mostra o caráter interlocutivo das atividades de linguagem. Desse modo, define-se o sujeito falante como aquele que estabelece a interlocução com o outro, o que pressupõe a compreensão de que os atos de comunicação não ocorrem desligados de sua dimensão espaço-temporal.

Para melhor entendimento da questão, em primeiro lugar, buscamos mostrar o que Charaudeau (1995, p. 96) entende por análise do discurso. Sem negar o campo da língua, o autor considera que "o discurso constitui um campo disciplinar próprio, com seu domínio de objetos, seu conjunto de métodos, de técnicas e de instrumentos". Acrescenta ainda que existem

vários modos de problematizar o estudo do discurso, sendo difícil delimitar onde começa e onde termina a própria análise do discurso (ibid.). É preciso começar por traçar as características e os limites que determinam o território (discurso) que se quer explorar.

Charaudeau (1984, p. 38-39 e 2001a) apresenta algumas precisões sobre o termo *discurso*. Não se trata aqui de esgotar esse conceito, dado que é participando do conjunto de uma teoria que ele pode ser definido. São marcados alguns limites do território no qual o termo "discurso" pode se mover e que deverá permitir evitar algumas confusões, pois é verdade que esse termo é empregado com acepções/significações diversas:

- o discurso não deve ser identificado com a expressão verbal da linguagem. A linguagem, mesmo sendo dominante no conjunto das manifestações languageiras, corresponde a um certo código semiológico<sup>6</sup>, isto é, a um espaço estruturado de signos formais, do mesmo modo, por exemplo, que o código gestual (linguagem do gesto) ou o código icônico (linguagem da imagem). O discurso ultrapassa os códigos de manifestação languageira na medida em que é o lugar da encenação da significação, sendo que pode utilizar, conforme seus

---

<sup>6</sup> Nesse sentido, conforme Charaudeau, convém distinguir o código semiológico verbal oral do gráfico.

fins, um ou vários códigos semiológicos. Charaudeau (2001a, p. 25) comenta que "não se pretende dizer, com isso, que existiria um estado do discurso anterior à produção da manifestação e dela independente". Acrescenta o autor que "é preciso que fique claro que toda encenação discursiva depende das características desses códigos e de todos os códigos nela envolvidos". O que Charaudeau propõe é que não se limite a aceção desse termo somente ao caso da manifestação verbal, considerando-a como a única manifestação possível. O discurso, por outro lado, é o lugar da *mise en scène* da significação, a qual pode utilizar, para seus próprios fins, um ou mais códigos semiológicos. Toda discursivização depende das características desses códigos e de todos esses códigos;

- o discurso não deve ser confundido com o texto. O texto deve ser considerado como o objeto que representa a materialização da *mise en scène* (encenação) do ato de linguagem. O texto é o resultado singular de um processo que depende de um sujeito falante particular e de circunstâncias de produção particulares<sup>7</sup>. Cada texto é, assim, atravessado por

---

<sup>7</sup> Charaudeau recomenda não confundir, também, *texto* e *corpus*; o *corpus* é um objeto, construído pela reunião de diversos textos (textos estes que seguem certos parâmetros, cuja finalidade é a de dar ao *corpus* um princípio de homogeneidade).

vários discursos ligados a gêneros ou a situações diferentes;

- o discurso não deve ser compreendido segundo a tradição lingüística, ou seja, como a unidade que ultrapassa a frase. A relação entre diversas frases não constitui, necessariamente, a *unidade-discurso*. É preciso que uma seqüência de frases corresponda à expectativa da troca languageira entre parceiros em circunstâncias bem determinadas. Mas note-se, também, que uma frase, uma palavra, um gesto podem ser portadores de discurso, desde que satisfaçam à condição acima.

Enfim, o termo discurso pode ser utilizado em dois sentidos. Em um primeiro sentido, *discurso* está relacionado ao fenômeno da encenação do ato de linguagem. Essa encenação depende de um dispositivo que compreende dois circuitos: um circuito externo, que representa o lugar do fazer *psicossocial* (o situacional) e um circuito interno que representa o lugar da *organização do dizer*. Charaudeau (2001a, p. 26) reserva o termo *discurso* ao domínio do *dizer*. Será feita, conseqüentemente, uma oposição entre *encenação discursiva* e *encenação languageira*, na medida em que a segunda, incluindo o aspecto situacional do ato de linguagem, engloba a primeira.

“Note-se que, mesmo possuindo um dispositivo próprio que lhe confere autonomia, a *encenação discursiva* não se constrói independentemente da *encenação languageira*” (ibid.). A encenação discursiva promoverá a realização de gêneros e de estratégias que não estão, obrigatoriamente, ligados às circunstâncias de produção.

Em um segundo sentido, discurso pode ser relacionado a um conjunto de saberes partilhados, construído, na maior parte das vezes, de modo inconsciente, pelos indivíduos pertencentes a um dado grupo social. Os discursos sociais (ou imaginários sociais) mostram a maneira pela qual as práticas sociais são representadas em um dado contexto sociocultural e como são racionalizadas em termos de valor: sério/descontraído, popular/aristocrático, polido/impolido, etc.

Charaudeau (1995, p. 103) considera que a análise do discurso, do ponto de vista das ciências da linguagem, não é experimental, mas sim empírico-dedutiva. Isto quer dizer que o analista parte de um material empírico, a *linguagem*, que já está configurada dentro de uma substância semiológica (verbal). Uma análise do discurso deve então determinar quais são seus objetivos em relação ao tipo de objeto que ela constrói e qual é a instrumentação que ela utiliza em relação

ao caminho escolhido. Dessa maneira, a análise do discurso, conforme a entende Charaudeau, é um dispositivo teórico e metodológico interdisciplinar que auxilia a compreender de que modo os diferentes atores da cena discursiva/enunciativa participam da construção do sentido do discurso.

Para esse autor (ibid., p.96), o estudo do discurso se insere numa problemática que tenta ligar os fatos de linguagem a alguns outros fenômenos psicológicos e sociais: a ação e a influência. Trata-se de abordar o fenômeno da construção psico-sócio-linguagem do sentido, isto é, o processo de semiótica do mundo, que se realiza através da intervenção de um sujeito, ele próprio psico-sócio-linguagem.

Segundo Charaudeau (ibid., p. 98), *Sémio* - vem de *sémiosis*, lembrando que a construção do sentido e sua configuração se fazem por meio de uma relação forma-sentido, relação esta que pode ocorrer em diferentes sistemas semiológicos. Tal construção está sob a responsabilidade de um sujeito, movido por uma determinada intenção, ou seja, um sujeito que tem, em sua mente, um projeto visando influenciar alguém: tal projeto está encaixado no mundo social no qual vivem e circulam os sujeitos-comunicantes. Na interpretação de Machado (2001, p. 47), a presença de *lingüística* no nome é

para lembrar ou enfatizar que a forma de ação pretendida pelo sujeito-comunicante é sobretudo constituída por um material linguageiro oriundo das línguas naturais. Pelo fato de sua dupla articulação, da particularidade combinatória de suas unidades (sintagmático-paradigmática, em vários níveis: palavra, frase, texto...), tal material linguageiro impõe um procedimento de *semiotização do mundo*.

E como se realiza tal *semiotização do mundo*? Para que se realize a semiotização do mundo, Charaudeau (1995, p. 98) postula que é necessário um processo duplo: um *processo de transformação*, que, partindo de um *mundo a ser significado*, transforma este em um *mundo significado*, sob a ação de um sujeito falante; um *processo de transação* que faz desse *mundo significado* um *objeto de troca* com um outro sujeito falante que faz o papel do destinatário.

#### O DUPLO PROCESSO DE SEMIOTIZAÇÃO DO MUNDO

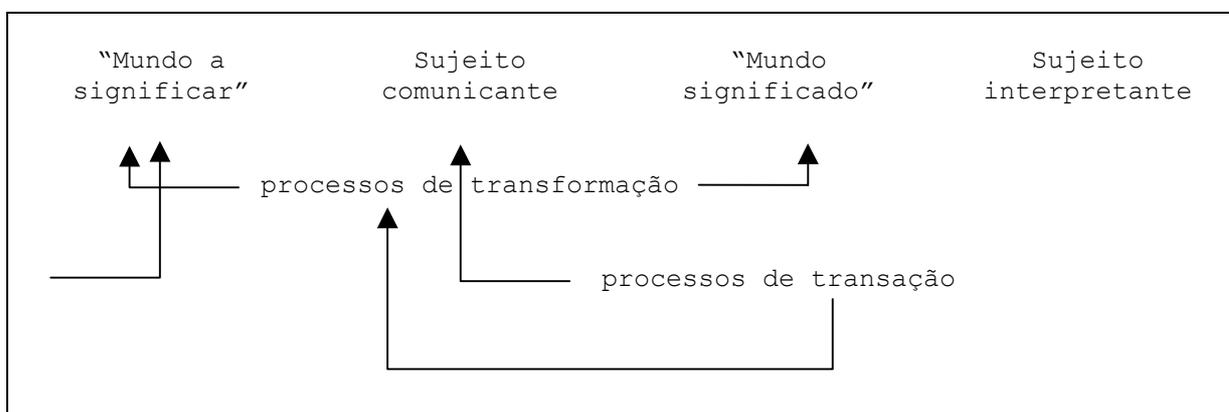


Figura 1: Charaudeau, 1995, p.101.

Os ditos processos se efetuam segundo procedimentos diferentes, sendo, no entanto, solidários um do outro: isto se deve ao *princípio de pertinência*, que exige um saber em comum, que é, por assim dizer, "construído" no final da realização do *processo de transformação*.

Essa descrição do processo duplo de semiotização, com suas operações e seus princípios, corresponde ao que Charaudeau (ibid., p. 101) chama de o *postulado de intencionalidade*, postulado esse que funda o ato de linguagem. Como diz o autor, um ato de linguagem carrega em si uma *intencionalidade* (a dos parceiros da troca comunicativa); inserido em determinada *situação*, portador de um propósito sobre o mundo, o ato de linguagem está na dependência da *identidade* desses parceiros, resultando de um *desejo de influência* por parte do sujeito-comunicante.

Charaudeau segue a idéia de Bakhtin de que o "eu" se constrói em colaboração, colaboração essa que pode ser impedida por forças sociais, dando-lhe nova roupagem: a colaboração entre parceiros é forçada pela vida em sociedade. Assim, o ato de linguagem é comandado pelas circunstâncias sociais do discurso e sua construção leva em conta o explícito e o implícito da linguagem; ele é um dispositivo, dentro do

qual se encontra o sujeito-falante (escrevendo ou falando), guiado por um sujeito-comunicante. Nele se manifestam, pois, quatro sujeitos comunicacionais, sendo dois *situacionais*, externos e dois *discursivos*, internos. Os sujeitos ditos "externos" são o EUC (eu-comunicante) e o TUi (tu-interpretante): trata-se de seres historicamente determinados, parceiros reais da troca languageira que têm uma identidade (psicológica e social) e que estão ligados por um "contrato de comunicação".

Pode-se dizer, em linhas gerais, que uma tal perspectiva de análise do discurso - a teoria Semiolingüística - representa um avanço no domínio dos estudos sobre a linguagem, visto que pretende ser um modelo radicalmente integrador das diferentes dimensões que constituem o processo enunciativo, contemplando, de forma orgânica, não só os elementos que se situam numa dimensão estritamente lingüística, mas também os elementos inseridos numa instância extralingüística e, sobretudo, as relações que se estabelecem entre uns e outros.

Vejamos, pois, a reflexão que podemos fazer a partir de uma tal diversidade conceitual da noção de discurso, conforme comentado neste tópico.

## 2.1 Sentido da língua e sentido do discurso

Se nos interessamos pelo ponto de vista de quem recebe as mensagens e que é, por conseguinte, levado a compreender e interpretar os enunciados que as compõem, três coisas, correlativas entre si, segundo Charaudeau (1999, p. 29), parecem centrais no estabelecimento da diferença entre sentido lingüístico e sentido discursivo.

A primeira é que o receptor busca nos enunciados produzidos não tanto o sentido das palavras ou o resultado da simples combinação entre elas, mas o seu sentido comunicativo e social. Para fazê-lo, e considerando que ele próprio se encontra em uma situação de troca social e particular, ele precisa estabelecer uma relação entre os enunciados e os dados da situação onde se desenvolve a interação. Em outras palavras, os vocábulos, assim como os enunciados produzidos, não significam em si mesmos, pois eles só se tornam interpretáveis quando são relacionados a um "ailleurs"<sup>8</sup> mais ou menos sobredeterminante, espaço de um "condicionamento" do ato de linguagem. Esse espaço de condicionamento pode ser diverso. Charaudeau (ibid., p. 30) comenta que, sem entrar no mérito das diferentes posições existentes sobre o assunto, esse

"ailleurs" pode se referir, como diz Widdowson<sup>9</sup>, "às circunstâncias de uso"<sup>10</sup> ou aos "modos de prática social (...) no interior dos quais as instituições estabelecem as ideologias para o controle das idéias"<sup>11</sup>. Seja como for, o objetivo do interpretante não é tanto o sentido das palavras, mas a significação social que resulta de seu emprego, assim como da relação deste com algo que lhe é exterior e que, de algum modo, sobredetermina essa relação.

A segunda coisa que distingue o sentido lingüístico do sentido discursivo é que, por consequência do que foi dito acima, é exigido um novo tipo de competência tanto para quem produz um ato de linguagem (aqui, num sentido amplo) como para quem o interpreta. Para Charaudeau (ibid., p.30), quando utilizamos os termos "competência comunicativa", "competência situacional", "competência pragmática" ou "competência dialógica" (no sentido bakhtiniano), é para assinalar o que acaba de ser dito, ou seja, que a competência de produção/interpretação ultrapassa o simples conhecimento das palavras e de suas regras de combinação e requer um saber bem

---

<sup>8</sup> Le Robert Micro: em um outro lugar (este/aquele onde se está ou do qual se fala).

<sup>9</sup> 1992. *Discursos de indagación y condiciones de pertinência*, citado por Charaudeau (1999, p. 30).

<sup>10</sup> "discurso: a forma na qual a língua é explorada e organizada para adquirir sentido em circunstâncias de uso", *Discursos de indagación y condiciones de pertinência*, Discurso. n.13, México:1992, citado por Charaudeau (1999, p.30).

<sup>11</sup> op. cit., p. 4.

mais global, que compreende outros elementos da interação social e que, não obstante, fazem parte do processo de enunciação.

Segundo Charaudeau (ibid., p. 30), *"isso já foi dito várias vezes, mas aquilo sobre o qual se insistiu talvez pouco até agora é que essa nova competência enunciativa implica a existência de um sujeito da linguagem que precisa ainda ser teorizado."* Todo ato de enunciação (considerado sob o ponto de vista do locutor ou do interlocutor) tem por origem um sujeito de linguagem que se encontra em uma dupla relação de *intersubjetividade* com o outro e de *subjetividade* com ele próprio. Assim, pode-se dizer, como Searle<sup>12</sup>, que o ato de linguagem traz a marca da "intencionalidade". Evidentemente, conforme Charaudeau, a concepção do sujeito irá variar de acordo com a abordagem teórica. Todavia, se o sentido lingüístico pode se abster de uma teoria do sujeito ao se referir ao mundo de maneira transparente (sustentado, nesse caso, por um "locutor-ouvinte-ideal"), o sentido discursivo caracteriza-se por sua opacidade face ao mundo, já que ele se refere ao próprio processo de enunciação e a um sujeito que se define em relações múltiplas de intersubjetividade.

---

<sup>12</sup> 1983. *L'intentionnalité*. Paris:Ed. De Minuit, citado por Charaudeau (1999, p.30).

O terceiro ponto que caracteriza o sentido do discurso, opondo-o ao sentido lingüístico, resulta dessa relação de opacidade que se instaura entre a linguagem e o mundo. O sentido lingüístico, como já dito, constrói uma visão decerto simbolizada (não há linguagem sem processo de simbolização referencial), mas essencialmente referencial do mundo. Ela pode, pois, operar com um signo lingüístico capaz de associar o significante a um significado pleno nas suas relações sintagmáticas e paradigmáticas (ibid., p. 31). O sentido discursivo, ao contrário, não pode mais operar com este tipo de unidade. Certamente, o signo remete a algum significado, mas este não pode ser visto a partir de um valor absoluto, pleno e autônomo. Ele atua no discurso apenas como uma proposição de sentido, como um sentido potencial cuja articulação com outros signos e com esse "ailleurs" de que falamos contribui para construir o sentido discursivo.

Para Charaudeau (ibid.), de imediato, não podemos mais considerar que há bi-univocidade sistêmica entre o plano da forma e o plano do conteúdo. O plano da forma é constituído por um conjunto de marcas que atuam como sintomas do sentido e que, ao mesmo tempo, são traços de múltiplos sentidos possíveis.

Assim, conforme o autor, somos levados a recorrer a novos conceitos capazes de avaliar mais claramente a diferença entre sentido lingüístico e sentido discursivo: a distinção entre "explícito" e "implícito" na linguagem (com seus pressupostos, subentendidos e topoi), entre "sentido literal" e "sentido indireto" (como na teoria dos atos de fala), entre "compreensão" do sentido lingüístico e "interpretação" do sentido discursivo, entre "tematização" do ato enunciativo e "problematização" do ato discursivo. Essas distinções indicam que o sentido discursivo se constrói como a resultante de duas forças: uma centrífuga, que remete às condições extralingüísticas da enunciação, e uma outra, centrípeta, que organiza o sentido em uma sistematicidade intralingüística.

Essas diferenças marcadas entre o sentido da língua e o sentido do discurso mostram que as condições de pertinência de uma lingüística do discurso são radicalmente diferentes das condições de uma lingüística da língua. Uma lingüística do discurso, de acordo com Charaudeau (ibid., p. 32), *"integra na sua análise as condições de produção do ato de linguagem e, ao fazê-lo, ela se constrói um objeto multidimensional que opera numa relação triangular entre o mundo como real construído, a linguagem como forma-sentido em difração, e um sujeito (je/tu) intersubjetivo em situação de interação social."*

Após avaliarmos o campo do discurso em oposição ao campo da língua, é preciso admitir que há várias maneiras de analisar o discurso. A diversidade de fontes, as dificuldades metodológicas não impediram a evolução da análise do discurso. Por esta razão, não é mais possível, no presente momento, concebê-la como uma abordagem única e fechada, centrada numa só metodologia, num só tipo de *corpus* e organizada em torno de uma só grande escola.

## **2.2 Contrato de comunicação e *mise en scène***

A teoria Semiolingüística assume uma perspectiva multifacetada, alimentando-se de categorias oriundas de diferentes campos de conhecimento - daí o seu caráter interdisciplinar -, as quais se transformam e migram para um modelo estritamente linguageiro. Nesses termos, conforme Mendes (2001, p. 317-318), o conceito de *contrato de comunicação* ocupa um lugar central em tal modelo, na medida em que postula/define, como condição de existência de qualquer prática de linguagem, o reconhecimento recíproco dos interlocutores enquanto parceiros da comunicação que têm, portanto, o direito à palavra, e mais, um projeto de fala ao

qual é possível atribuir uma pertinência intencional<sup>13</sup>. Estando na base do *postulado de intencionalidade* proposto por Charaudeau, o contrato de comunicação preside toda produção linguageira e funda o direito à palavra, que apresenta, por sua vez, três condições básicas, quais sejam:

- *uma relativa ao saber: o reconhecimento do saber* - diz respeito ao lugar onde circulam os discursos de verdades e crenças, em termos de discursos sobre o mundo, que configuram certos universos de referência, segundo um mais ou menos forte grau de verossimilhança e de consenso, permitindo aos parceiros da comunicação se movimentarem nas representações supostamente compartilhadas concernentes a tais universos de discurso.
- *uma relativa ao poder: o reconhecimento do poder* - refere-se à identidade socioinstitucional dos atores sociais, a qual só pode ser julgada em relação com os papéis linguageiros que eles assumem enquanto sujeitos comunicantes; os atores sociais só são considerados, pois, desde que inseridos nas práticas de linguagem,

---

<sup>13</sup>Cf. Mendes (2001, p. 317): essa definição do *contrato de comunicação* formulada por Charaudeau se aproxima, em grande extensão, das *condições universais do possível entendimento mútuo*, em termos das normas éticas constitutivas das '*pressuposições gerais da comunicação*', elaboradas por Habermas (1976). É interessante notar que este último autor, no texto *Pragmática Universal*, ressalta que a expressão alemã '*Verständigung*' (entendimento mútuo) tem, entre seus vários sentidos, o significado mínimo de que dois sujeitos compreendem de modo idêntico uma expressão linguística e o significado máximo de que entre os dois existe concordância acerca da

de modo que o sujeito é impregnado da realidade psicossocial, mas no jogo comunicativo que o define.

- *uma relativa à competência do sujeito: o saber fazer* - concerne à ação de saber ligar os elementos dos dois espaços, externo e interno, a qual define a competência do sujeito comunicante em termos de sua capacidade de capitalizar uma autoridade de fato através da sua enunciação, ou seja, da colocação em discurso de seu projeto de fala, como forma de confirmar (ou não) as duas condições acima e, assim, o seu direito à palavra.

As duas primeiras condições acima contribuem para fundar a *legitimidade* do sujeito falante, a qual é pré-determinada no sentido de que ela é dada ao sujeito a partir da posição que ele ocupa nas diferentes redes de práticas sociais, podendo se apoiar sobre uma autoridade/identidade que procede do saber e/ou do poder. No entanto, a legitimidade vem ao sujeito, não somente do espaço externo, mas do grau de adequação que se estabelece entre a autoridade/identidade psicossocial do sujeito (espaço externo) e o seu comportamento enquanto ser linguageiro (espaço interno). Nesses termos, é a terceira e última condição acima que assegura essa adequação e/ou inter-

relação, conferindo ao sujeito falante a sua *credibilidade* que, por seu turno, não é pré-determinada, no sentido de que não lhe é dada, mas adquirida e negociada no desenvolvimento das práticas de linguagem, sem a qual, não obstante toda legitimidade que o sujeito possua pelo saber e/ou pelo poder, será colocado em xeque o seu direito à palavra. Assim, a legitimidade tem necessidade de ser corroborada e pode ser rediscutida pela credibilidade, que é também fundadora do direito à palavra. É nesse sentido que Charaudeau (1996) propõe um modelo no qual o espaço externo (lugar de legitimidade) penetra o espaço interno, sendo construído por este (lugar de credibilidade).

Segundo Charaudeau (ibid.), o projeto de fala é construído em torno de um certo número de "*visées comunicatives*" (objetivos comunicativos), que o autor agrupa em quatro tipos principais: *factitivo*, *informativo*, *persuasivo* e *sedutor*. Desconsiderando a hipótese de descrição de cada um deles de acordo com a sua formulação original, pretendemos contemplar aqui, em linhas gerais, alguns aspectos conceituais relativos a dois desses "objetivos comunicativos", a saber, o *factitivo* e o *persuasivo*, que parecem ser mais importantes para a compreensão do discurso nos textos analisados que compõem o *corpus* da nossa investigação.

Nesses termos, por um lado, pode-se dizer que, em alguma extensão, o objetivo *factitivo*, correspondente à finalidade de "manipulação do outro" para fazê-lo agir num sentido que seja favorável ao sujeito falante, é característico do discurso informativo institucional do Banco do Brasil, já que este visa, em última análise, a um "fazer-fazer", sob a forma específica da instrução e da prescrição. Por outro lado, esse objetivo depende de um outro mais fundamental, denominado *persuasivo*, que corresponde à finalidade de "fazer-*crer*" alguma coisa ao outro, levando-o a aderir ao projeto de fala do locutor/sujeito falante e, por extensão, ao universo discursivo por ele construído.

A relação contratual depende assim de componentes mais ou menos objetivos, tornados pertinentes pela expectativa que é própria a cada ato languageiro, pois está implícita em todos uma "aposta", um desafio, lançado ao outro. Conforme Charaudeau (1984), todo ato de linguagem é uma espécie de expedição e uma aventura. Uma expedição, porque em um caráter intencional, sendo concebido por um sujeito comunicante que organiza, dentro de suas possibilidades situacionais, o que vai escrever ou falar; ou seja, o ato de linguagem é condicionado pela competência individual de seu criador, como também pelas imposições de ordem psicossocial que o rodeiam.

Para se obter sucesso nessa aventura, o sujeito comunicante dispõe de certos contratos que implicam um certo número de estratégias.

Como vimos anteriormente, a base da Semiolingüística está na *ação comunicativa* que envolve uma *situação de comunicação* (o quadro físico e mental no qual se acham os parceiros da troca languageira). Tais parceiros são determinados por uma *identidade* (psicológica ou social) e são ligados por um contrato de comunicação. Mas, para fazer o contrato comunicacional "funcionar", é necessário que o Eu-comunicante (*EUC*) e o Tu-interpretante (*TU<sub>i</sub>*) se abram à inclusão de outros sujeitos na cena enunciativa: o *EUC* aciona um *EUE* (eu-enunciador) que se dirige, em primeira instância, para um *TU<sub>d</sub>* (sujeito-destinatário idealizado). Ambos, *EUE* e *TU<sub>d</sub>* são seres do "mundo das palavras".

Segundo Machado (2001, p. 50), "ao tocar neste mundo, tocamos no que Charaudeau, desde 1983, propõe chamar de *mise en scène*". O quadro enunciativo da Semiolingüística mostra que todo ato de linguagem, seja ele falado ou escrito, é, afinal de contas, uma representação comandada pelos sujeitos externos.

A terminologia *mise en scène* de Charaudeau (ibid., p. 51) "é bastante feliz; diríamos que bastante oportuna e verificável". Na verdade, todos nossos atos de linguagem têm um lado "teatral" já que, se quisermos ser bem sucedidos em nossas comunicações cotidianas, na vida em sociedade, temos de estar sempre atentos para produzir a encenação adequada. "Enfim, tudo se explica, se pensarmos que a *Análise do Discurso* no seu sentido amplo, enquanto disciplina, toma por base três tipos de discursos bem 'representativos', no sentido teatral da palavra: o discurso teatral, o discurso jurídico e o discurso lúdico" (ibid., p. 51).

O que seria então comunicar, nesta concepção? Seria proceder a uma *mise en scène*. Assim como o diretor de uma peça teatral usa os espaços cênicos, a decoração, a luz, os efeitos sonoros, os atores, um determinado texto - para produzir *efeitos de sentido* em um público - assim o locutor, querendo comunicar, seja pela fala, seja por escrito, seja por gestos, desenhos - usará os *componentes do dispositivo de comunicação*, em função dos efeitos que visa provocar em seu interlocutor. Para Machado (ibid. p. 51) "um dos pontos fortes da *Semiolingüística* é o fato de ela considerar o ato de linguagem como resultante de uma espécie de 'jogo', ou seja: o ato de linguagem se mantém em uma constante manobra de equilíbrio e

de ajustamento entre as normas de um dado discurso e a margem de manobras permitida pelo mesmo discurso." Tais manobras discursivas vão dar lugar à produção de estratégias, por parte dos sujeitos comunicante e interpretante. Nas palavras de Charaudeau (1983, p. 94):

"Tout texte serait le produit d'un Projet de Parole de la parte d'un sujet particulier qui sait par ailleurs (de façon plus ou moins consciente) qu'il est, en partie, surdéterminé par un Contrat de Parole. Et la liberté de ce sujet se trouve précisément soit dans la marge de manoeuvre que lui laisse ledit contrat /.../ soit dans l'acte de subversion, voire de transgression, de celui-ci."

Em outros termos, assim se coloca a questão: há um sujeito que cria seu texto a partir de dados extraídos de sua cultura, de suas convicções e de seu *ethos*, enfim, do universo discursivo que lhe é próprio, a ele, sujeito-individual único (Machado, 2001, p. 52). Mas essas convicções vão encontrar eco no sujeito coletivo e social, cujos gestos e palavras são determinados por uma ideologia de vida ou, se preferirem, por *contratos* sociais dominantes. Nem completamente livre, nem completamente submisso, eis como se vê tal sujeito, evoluindo num mundo dominado pelas práticas e trocas languageiras.

### 2.2.1 O saber-fazer comunicativo

A Análise do Discurso tem seu interesse voltado para o sentido social e os efeitos da linguagem em uso. Opondo-se às abordagens filológica e estruturalista até então predominantes, a matéria lingüística começa a ser analisada não como uma entidade abstrata, mas como fato social. Há, dessa forma, um deslocamento da problemática estritamente lingüística advinda da oposição saussureana língua/fala para a problemática discursiva proveniente da integração linguagem/prática social. De acordo com Lysardo-Dias (1998, p. 17), *"não se trata de inserir a linguagem numa perspectiva sociológica na qual a relação entre sociedade e língua seria de determinismo unilateral, mas de considerar a dualidade externo/interno como constitutiva da linguagem e a produção do sentido como um processo de interação social"*.

Enquanto atividade comunicativa, o ato de linguagem envolve sujeitos socialmente organizados que se manifestam dentro de um quadro de regularidades sócio-comunicativas convencionalmente determinadas e através de estratégias discursivas de cunho pessoal.

O saber-fazer comunicativo pressupõe muito mais que o domínio do código verbal: a não-compreensão e o mal-entendido estão também relacionados à dimensão sociocultural da linguagem que vincula objetivos comunicativos a comportamentos languageiros específicos.

Orecchioni (1990, p. 76) chama de *contexto* o conjunto de elementos não-verbais que condiciona o ato de linguagem. Em oposição ao "*contexto lingüístico*", ela destaca o papel crucial do *contexto*, definindo-o como o conjunto de representações dos interlocutores que abrangem tanto as informações prévias quanto aquelas reveladas durante a interação verbal. Atentando para o aspecto dinâmico do processo, ela afirma que o *contexto* é definido previamente mas redefinido a todo momento durante a interação (ibid., p. 106).

Para Vion (1992, p. 228), esse conjunto de pressupostos reveladores da dimensão intersubjetiva do conhecimento seriam os *implícitos culturais*. Admitindo a inadequação terminológica dessa expressão, uma vez que tudo é cultural na linguagem e na comunicação, ele a utiliza para nomear os pré-construídos ao qual o ato de linguagem está subordinado.

Para Charaudeau (1984), esse quadro pré-estruturado de comportamentos ritualizados prescritos por uma dada sociedade se configura enquanto contrato de *comunicação*. Assim, essa noção implica que os indivíduos comunicantes pertençam a um mesmo conjunto de práticas sociais que os coloquem de acordo com as representações languageiras de tais práticas.

Em todas essas perspectivas, a exterioridade social, longe de ser apenas um componente, é concebida como elemento intrínseco à atividade languageira devido ao intercondicionamento entre situações sociais recorrentes e comportamentos languageiros (Lysardo-Dias, 1998, p. 18). Tais comportamentos são condicionados por práticas sociais pré-definidas que não poderiam ser caracterizadas nem como normas nem como regras, mas como *regularidades sociocomunicativas*.

Conforme Lysardo-Dias (ibid.), essas regularidades são determinadas pelos seguintes fatores:

- a) universos comuns de referência dos sujeitos: esses universos comuns de referência compreendem o domínio de saber partilhado pelos interlocutores. Abrangem tanto os conhecimentos ditos "enciclopédicos" quanto a pertinência sociocultural do saber sobre o qual o discurso é co-construído. São esses saberes que vão

desencadear a interação, uma vez que se constituem no "denominador comum", imprescindível e fundador da aproximação entre os interlocutores.

Um dos postulados mais elementares da retórica é a idéia do *lugar comum*, partilhado como condição mínima necessária para a construção de qualquer discurso (ibid., p. 19). Aristóteles<sup>14</sup> propõe o conceito de *topoi* para se referir a esse "já-sabido" que compreende os saberes e as representações comuns aos sujeitos comunicantes. Tanto do ponto de vista cognitivo quanto pragmático, esses pressupostos culturais vão garantir um espaço de entendimento entre os interlocutores, pré-requisito para a interação entre a instância de produção e a instância de recepção do discurso.

Para Lysardo-Dias (ibid.), cada época, cada cultura tem os seus *lugares comuns* que evidenciam as representações partilhadas pela comunidade sociolingüística, seja de forma explícita através de estereótipos verbais, seja através dos pressupostos que estão na base do discurso, sem que necessariamente o indivíduo tenha consciência destes. Acrescenta a autora (ibid., p. 20) que "*sistematizados ou intuitivos, esses saberes socioculturais fundamentam tanto o*

*aspecto referencial quanto informacional da linguagem e poderiam ser chamados de 'ideologia', se tomarmos esse termo em sentido mais amplo, ou seja, como conjunto de valores, idéias e concepções que expressam uma visão de mundo social".*

b) *intenção da comunicação: todo ato de linguagem comporta necessariamente um objetivo, pois ele é voltado para influenciar o outro. Não se trata de postular a intencionalidade dos sujeitos comunicantes (como se fosse possível determinar "o que o autor/locutor" quis dizer), mas a finalidade comunicativa do ato em si. Charaudeau (1997) preconiza as seguintes finalidades comunicativas:*

- *o fazer-saber: a finalidade seria a transmissão de um saber pressupostamente desconhecido por parte dos sujeitos interpretantes. A atividade linguageira se organizaria em torno do seu conteúdo informacional.*
- *o fazer-fazer: o objetivo é levar o outro a agir no sentido desejado pelo sujeito falante, o que não implica necessariamente um tom explicitamente imperativo do discurso. No*

---

<sup>14</sup> REBOUL, O. *La Rhétorique*. Paris: PUF. 1996, citado em Lysardo-Dias (1998).

âmbito das relações institucionais, o reconhecimento da autoridade do sujeito falante advém da sua posição, que por si só evidencia sua intencionalidade. Porém, em algumas situações, a intenção é dissimulada por nuances discursivas justamente para não soar como uma imposição de um interlocutor cuja legitimidade pode ser questionada. Esse mascaramento se apresenta como estratégia para maior eficácia do discurso.

- o *fazer-crer*: voltado para persuadir o outro através da racionalidade e do rigor lógico. Vincular o ato de linguagem a um objetivo comunicativo significa refutar de vez uma suposta "neutralidade" desse ato; assim, "influenciar o outro" seria inerente à atividade languageira. Porém, quando a intencionalidade é definida em termos de "fazer-crer", a prática argumentativa se configura dentro de uma estrutura mais ou menos formal, orientada pelo e para o ponto de vista do sujeito comunicante.
- o *fazer-prazer*: centrado em despertar no outro estados emocionais positivos. Se "seduzir é

fragilizar"<sup>15</sup>, a intencionalidade do ato comunicativo é atingir a sensibilidade do sujeito interpretante através da satisfação emocional e/ou através do lúdico.

Essas finalidades permitem uma tipologização discursiva se tratadas em termos de predominância, de objetivo maior.

- c) estatuto dos interlocutores: enquanto sujeitos comunicantes, os indivíduos se definem em termos da posição social que indica e legitima seu fazer discursivo. Réplicas do tipo "Sabe com quem você está falando?" ou "Quem é você para me falar dessa maneira?" explicitam o não-reconhecimento do indivíduo na posição de sujeito comunicante. Tomando o ato de linguagem como uma encenação, os sujeitos comunicantes seriam atores sociais, já que cada situação permite que assumam um determinado papel.

O intercâmbio linguageiro pressupõe também que os interlocutores se engajem na troca vendo e reconhecendo seu parceiro no outro, o que se acorda com o princípio de

---

<sup>15</sup> BAUDRILLARD, J. *Da Sedução*. Campinas: Papyrus, 1992, citado em Lysardo-Dias (1998).

cooperação proposto por Grice<sup>16</sup>. Há um reconhecimento recíproco por parte dos interlocutores que os predispõe para a interação.

Dentro do quadro acima descrito, o sujeito comunicante dispõe de procedimentos individuais que revelam escolhas pessoais. É essa articulação entre o fazer-coletivo e o fazer-individual que faz do discurso não um lugar de mera reprodução, mas um espaço de interação entre elementos sociais convencionalmente pré-determinados e mecanismos lingüísticos individuais.

As múltiplas possibilidades de configuração lingüística nos fazem entrever procedimentos diferentes para objetivos comunicativos comuns, pois a matéria lingüística será organizada pelo sujeito comunicante em função de suas escolhas pessoais, conforme lhe pareçam mais ou menos adequadas aos efeitos que deseja produzir.

Para Lysardo-Dias (1998, p. 22), a existência de diferentes formas de organização da matéria lingüística atesta a dimensão psico-cognitiva do sujeito comunicante, o que leva a constatar que sua prática discursiva é única, assim como

---

<sup>16</sup> 1979. *Logique et Conversation*, citado em Lysardo-Dias (1998).

será único o processo de re-significação por parte do sujeito interpretante, também possuidor de uma dimensão psicocognitiva. O sujeito comunicante pode ter total domínio da construção do seu discurso, programando cada elemento que utilizará, assim como sua articulação com os demais elementos que compõem seu discurso. Porém, fogem completamente ao seu controle os efeitos que de fato seu discurso obterá junto à instância de recepção; por mais que julgue conhecer o seu interlocutor - enquanto ator social e indivíduo - o sujeito comunicante não tem como assegurar que a intencionalidade do seu ato comunicativo será percebida pelo seu interlocutor. Por isso, Charaudeau (1997) afirma que "todo ato de linguagem é uma aposta": a instância produtora do discurso investe numa configuração que lhe parece garantir os efeitos de sentido desejado, mas ela não tem garantia de que produzirá efetivamente tais efeitos.

Assim sendo, a pertinência do ato de linguagem pode ser determinada em termos de obediência às convenções socioculturais, mas também em termos de meios lingüísticos adequados a um projeto comunicativo.

### 2.2.2 O ato de linguagem como *mise en scène*

O ato de linguagem constitui, nos termos da teoria Semiolingüística, a *mise en scène* da significação da qual participam os parceiros da interação verbal. Esses parceiros, no desempenho efetivo de suas práticas de linguagem, estão subordinados a um certo número de contratos e convenções - práticas psicossociais compartilhadas entre os membros de uma dada comunidade - e têm, cada um deles, um projeto de fala que determina o jogo (*enjeu*<sup>17</sup>) dessa *mise en scène*. Em outros termos, o ato de linguagem é o resultado de duas atividades dialéticas: a de produção e a de interpretação, que dependem de saberes supostamente partilhados que circulam entre os sujeitos da linguagem, saberes correlativos à dupla dimensão interno/externo das práticas discursivas em geral, de modo que a linguagem, em sua materialidade mais concreta, é o lugar de representação das práticas psicossociais que condicionam a constituição dos sujeitos da linguagem.

Charaudeau (2001a, p. 27) comenta que, com o advento das teorias estruturalistas e sua orientação para a atividade de comunicação - reduzida e simplificada ao extremo pela teoria matemática da informação - assim como da teoria gerativa de

---

<sup>17</sup> Cf. Le Robert Micro: isso que se pode ganhar ou perder em uma competição.

Chomsky, o ato de linguagem é o feito de um “locutor-ouvinte ideal” e de um processo simétrico entre aquele que o produz e aquele que o recebe e o decodifica. Não há, portanto, lugar para a teoria do sujeito, uma vez que estes desaparecem na abstração ideal de um modelo de competência supostamente perfeito. Embora Chomsky mostre que a performance, ou seja, o uso concreto da linguagem em situações concretas de fala, põe em jogo uma interação entre a competência e fatores de ordem psicológica, social e discursiva, o gerativismo ocupa-se basicamente da competência, isto é, do sistema mental de conhecimentos - o que implica que, fazendo uma abstração das variáveis envolvidas nos atos de fala, seu objeto seja o “falante/ouvinte ideal” situado numa comunidade lingüisticamente homogênea (Chomsky apud Fiorin, 2001, p. 30). Nas teorias da enunciação, a presença dos responsáveis pelo ato de linguagem, suas identidades, seus estatutos e seus papéis, são levados em consideração (Charaudeau, 1984, p. 40), conforme veremos a seguir.

Fiorin (2001, p. 30) comenta que, embora, desde a Antigüidade, a tradição gramatical reconhecesse que alguns elementos lingüísticos possuem uma situação específica de comunicação<sup>18</sup> e alguns lingüistas como Bally<sup>19</sup> (1932) tivessem

---

<sup>18</sup> Cf. Fuchs, 1985, p. 113; Silva, 1972, p. 46-56, citados em Fiorin (2001).

<sup>19</sup> Cf. Fiorin (2001): *Linguistique générale et linguistique française*.

a preocupação de recorrer ao sujeito e à situação de enunciação na análise lingüística, foi só depois das reflexões de Benveniste e Jakobson que o domínio da enunciação se ampliou e que se reconheceu a centralidade dessa categoria na constituição do discurso. Percebe-se então, conforme Fiorin (ibid.), que a enunciação pode ser tratada como sistema, isto é, que, sob a diversidade infinita dos atos particulares de enunciação, opera sempre o esquema geral, que permanece invariante. A partir daí, um novo objeto constitui-se para a Lingüística, o uso lingüístico. Começa, então, o que se pode chamar, conforme Fiorin, genericamente Lingüística do Discurso.

Flores (1999, p. 184) afirma que os estudos em torno da enunciação em lingüística são tributários a Benveniste e a Jakobson. Acrescenta que "guardadas as diferenças que se possa estabelecer nas abordagens dos dois lingüistas, é correto dizer que ambos convergem para o estabelecimento de uma classe de elementos pertencentes à língua cuja significação é, ao menos em parte, dependente da instância de discurso que os contém". São os *shifters* ou *embrayeurs*, em Jakobson, e os "elementos indiciais", em Benveniste, que servem de ancoradores para uma nova perspectiva de estudo da linguagem, ou seja, a de deslocamento do estudo sistêmico imanente

(decorrente da interpretação de Saussure feita pelos "pós-saussurianos") para o enfoque do exercício da língua.

Charaudeau (1992, p. 572) segue Benveniste quando enfatiza que a enunciação é um fenômeno complexo que testemunha o modo segundo o qual o sujeito falante "apropria-se da língua" para organizá-la em discurso. Acrescenta que é nesse processo de apropriação que o sujeito falante é levado a se situar em relação a seu interlocutor, ao mundo que o cerca e em relação ao que diz. A enunciação não é, assim - como é às vezes apresentada - ,um segundo tempo na constituição do ato de linguagem, que viria a se juntar ao enunciado para revesti-lo, pois, conforme Benveniste (1989, p. 83), "antes da enunciação, a língua não é mais que a possibilidade da língua", e o discurso se constrói através da enunciação.

"Enquanto realização individual, a enunciação pode se definir, em relação à língua, como um processo de apropriação. O locutor se apropria do aparelho formal da língua e enuncia sua posição de locutor por meio de índices específicos, de um lado, e por meio de procedimentos acessórios, de outro. Mas imediatamente, desde que ele se declara locutor e assume a língua, ele implanta o outro diante de si, qualquer que seja o grau de presença que ele atribua a este outro. Toda enunciação é, explícita ou implicitamente, uma alocação, ela postula um alocutário. Na enunciação, a língua se acha empregada para a expressão de uma certa relação com o mundo." (Benveniste, 1989, p. 84)

Do ponto de vista de sua manifestação, conforme postula Charaudeau (1992, p. 572), a enunciação comporta índices dessas diferentes posições do sujeito falante; às vezes, esses índices se constituem em sistemas formais (pronomes pessoais, demonstrativos, tempos, modos, etc.); às vezes, eles se fazem mais discretos e tomam a forma de um adjetivo ou de um advérbio; às vezes, ainda, é na organização do discurso que é preciso buscá-los.

Em resumo, tentando situar a perspectiva de Charaudeau no conjunto dos estudos lingüísticos, podemos dizer que, em relação à sua concepção de enunciação, ainda que tenha pontos de contato com Benveniste, diferencia-se deste, tendo em vista que a situação de enunciação, segundo Benveniste, tem um alcance bem mais restrito, "inteiramente definido pelo próprio ato de enunciação" (Teixeira, 2001b, p. 190).

Peytard e Moirand (1992, p. 113) situam Charaudeau entre os autores que fazem evoluir o esquema da comunicação, corrigindo-o e ampliando-o. Segundo eles, Charaudeau situa a troca verbal em uma ambiência interacional de ordem sociolingüística, sem dúvida mais próxima dos trabalhos etnometodológicos norte-americanos do que da esfera ideológica da AD francesa, representada essencialmente por M. Pêcheux.

Partindo da hipótese de que é possível estudar a linguagem levando-se em conta sua dimensão psicossocial, Charaudeau mostra que uma teoria do discurso não pode prescindir de uma definição dos *sujeitos do ato de linguagem*.

Diante disso, apresentamos a seguir as hipóteses que constituem o quadro da teoria de Charaudeau (1983) sobre o ato de linguagem como *mise en scène*, aqui retomada a partir do artigo "*Une théorie des sujets du langage*" (1984, p. 40-42 e 2001a, p. 28-29):

1. O ato de linguagem<sup>20</sup> é um fenômeno que combina o *dizer* e o *fazer*. O *fazer* é o lugar da instância situacional que se autodefine pelo espaço que ocupam os responsáveis deste ato (parceiros). O *dizer* é o lugar da instância discursiva que se autodefine como uma encenação da qual participam seres de palavra (protagonistas). Esta dupla realidade do *dizer* e do *fazer* leva Charaudeau a considerar que o ato de linguagem é uma totalidade que se compõe de um *circuito externo* (*fazer*) e de um *circuito interno* (*dizer*), indissociáveis um do outro.

---

<sup>20</sup> Cf. Charaudeau, esse termo não é, aqui, tomado no sentido que lhe dá a Pragmática, mas sim em um sentido mais extenso, uma vez que ele designa o conjunto da realidade languageira.

2. Todo ato de linguagem corresponde a uma dada expectativa de significação<sup>21</sup>. O ato de linguagem pode ser considerado como uma interação<sup>22</sup> de intencionalidades cujo motor seria o princípio do jogo: "jogar um lance na expectativa de ganhar"<sup>23</sup>. Isso leva Charaudeau a afirmar que a encenação do *dizer* depende de uma atividade estratégica (conjunto de estratégias discursivas<sup>24</sup>) que considera as determinações do quadro situacional.
3. Todo ato de linguagem é o produto da ação de seres psicossociais que são testemunhas, mais ou menos conscientes, das práticas sociais e das representações imaginárias da comunidade a qual pertencem. Em razão disso, o autor coloca que o ato de linguagem não é totalmente consciente e é subsumido por um certo número de rituais sócio-linguageiros.

---

<sup>21</sup> Charaudeau utiliza esse termo como sendo oposto a *sentido*.

<sup>22</sup> Todo ato de linguagem em seu duplo processo de produção e de interpretação é uma interação. Esse termo não é, pois, reservado somente para a situação dialógica.

<sup>23</sup> Cf. Charaudeau, essa analogia com a teoria do jogo é também utilizada por analistas da conversação e por certos psicossociólogos.

<sup>24</sup> Cf. Charaudeau (1983, p. 50): La notion de *stratégie*, elle, repose sur l'hypothèse que le sujet communicant (JEC) conçoit, organise et met en scène ses intentions de façon a produire certains *effets* - de conviction ou séduction - sur le sujet interprétant (TUi), pour amener celui-ci à s'identifier - consciemment ou non - au sujet destinataire idéal (TUD) construit par JEC.

Esse conjunto de hipóteses define o quadro teórico e foram representadas pelo autor na formulação de um quadro geral, conforme a adaptação abaixo:

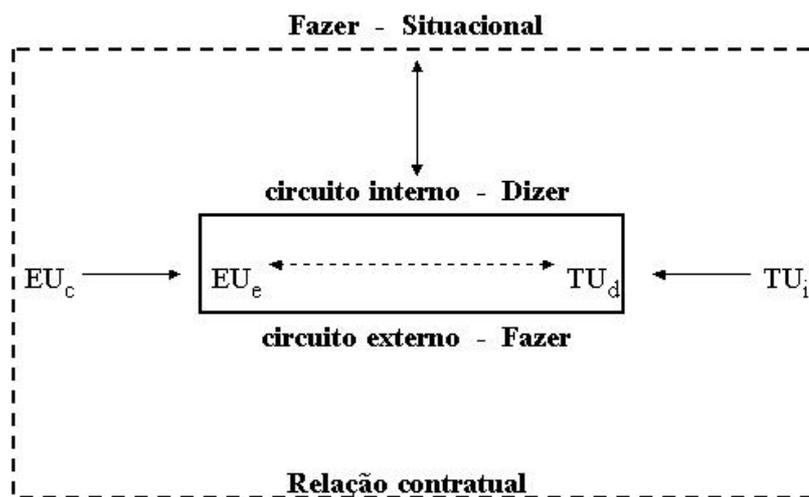


Figura 2: Charaudeau, 1984, p. 42 e 2001a, p. 29.

A intervenção teórica empreendida pelo autor busca, pois, explicar a estruturação do ato de linguagem através da postulação de um dispositivo que compreende um duplo circuito: uma *instância situacional (circuito externo)*, como lugar do fazer psicossocial dos parceiros envolvidos na comunicação, também chamada de *espaço de limitações*, porque determina certas condições que devem ser satisfeitas para a efetivação do ato de linguagem; e uma *instância discursiva*, no sentido estrito desse termo (*circuito interno*), como lugar da organização do dizer, também chamada de *espaço de estratégias*, porque corresponde às possíveis escolhas que os sujeitos podem fazer na encenação do ato de linguagem, isto é, se "tout acte

de langage correspond a un enjeu de signification avec l'espoir de gagner"<sup>25</sup> (Charaudeau, 1984, p. 42 e 2001a, p. 29), o circuito do dizer constitui o conjunto de estratégias possíveis a serem atualizadas em função das restrições/condições da instância situacional. Desse modo, o ato de linguagem não se reduz à sua simples configuração lingüística, mas, antes, é um todo de significação resultante desses dois componentes - o *situacional* e o *lingüístico*. Assim, as categorias desse dispositivo possibilitam configurar um desdobramento das instâncias enunciativas constitutivas do processo interlocutivo e justificar não só os papéis que os sujeitos assumem em cada uma dessas instâncias, como também o jogo enunciativo que se estrutura a partir deles, nas circunstâncias efetivas de práticas discursivas. O duplo circuito de significância desse dispositivo, *interno* e *externo* à verbalização do ato de linguagem, compreende, então, de um lado, numa dimensão exterior, os parceiros ou interlocutores, quais sejam, o *sujeito comunicante* e o *sujeito interpretante*, enquanto seres psicossociais, dotados de intencionalidade e responsáveis pelos respectivos processos de produção e de interpretação, e, de outro lado, os *protagonistas* ou intralocutores, a saber, o *sujeito enunciador* e o *sujeito destinatário*, enquanto seres de linguagem desprovidos de

---

<sup>25</sup> Todo ato de linguagem corresponde a um jogo de significação com a expectativa de ganhar.

intencionalidade e construídos a partir da enunciação. Cabe ressaltar que, se há relação de condicionamento desses dois últimos sujeitos pelos dois primeiros, não há, entretanto, relação de transparência absoluta entre eles, uma vez que os *protagonistas* do ato de linguagem constituem projeções languageiras construídas pelos *parceiros* da comunicação, não sendo, pois, idênticos a eles, nem necessariamente semelhantes, pois configuram imagens destes, as quais podem tanto refletir e/ou corroborar as suas identidades como também refratá-las e/ou contradizê-las.

Não existe, portanto, relação simétrica entre os *parceiros* da comunicação, mas, ao contrário, há fundamentalmente uma assimetria que caracteriza a relação dialética entre o processo de produção e o de interpretação do ato de linguagem. Adaptando a codificação empregada por Charaudeau, um *sujeito comunicante* (EUC), para assumir o estatuto de um ser de palavra, precisa engendrar não só um *sujeito enunciador* (EUE), como também um *sujeito destinatário* (TUD), de modo que, na estruturação de um ato de linguagem, tanto o *enunciador* quanto o *destinatário* constituem desdobramentos do próprio *comunicante*. O *sujeito interpretante* (TUI), por sua vez, de todo diferente do *destinatário*, mas podendo se identificar ou não com ele, elabora uma imagem do *comunicante* em função do

*enunciador* instaurado. Entretanto, do ponto de vista da interpretação, o *sujeito enunciador* é apenas uma outra imagem construída pelo *interpretante*, como hipótese sobre a intencionalidade do *sujeito comunicante*, não se identificando, pois, com o *enunciador* construído por este. Assim, conforme destaca Charaudeau (1983, p. 52), se o *sujeito destinatário*, enquanto construção ideal, é suposto estar numa relação de transparência com a intencionalidade do *sujeito comunicante*, o *sujeito interpretante*, enquanto suporte do processo de interpretação, encontra-se numa relação de opacidade com essa intencionalidade. Na palavra do autor:

"(...) le sujet communiquant, en se fabriquant une certaine image de JEé, peut réactiver son statut de JEC, l'occulter, le laisser seulement transparent, le rendre abigu, l'amplifier (bluffer), etc., selon le degré de crédibilité qu'il pense avoir auprès du sujet interpretant; c'est le phénomène de la légitimation de parole. À la limite d'ailleurs le JEC, s'il se sait légitimé dans le circuit externe, pourra se permettre de construire n'importe quelle image de JEé. À l'inverse, le sujet communiquant peut avoir besoin de se faire légitimer(...)"

Cabe ainda ressaltar, nessa formulação, que o *enunciador* e o *destinatário* são instâncias enunciativas construídas a partir de um universo discursivo interno, representado por (ELEX) e determinado pelo conjunto das condições linguístico-enunciativas que fazem deles (EUE e TUD) seres de linguagem; por outro lado, o *comunicante* e o *interpretante* são instâncias

inseridas num universo discursivo externo, representado por (ELEo) e determinado pelo conjunto das relações psicossociais que fazem deles (EUC e TUi) sujeitos históricos.

### CIRCUITOS DO ATO DE LINGUAGEM

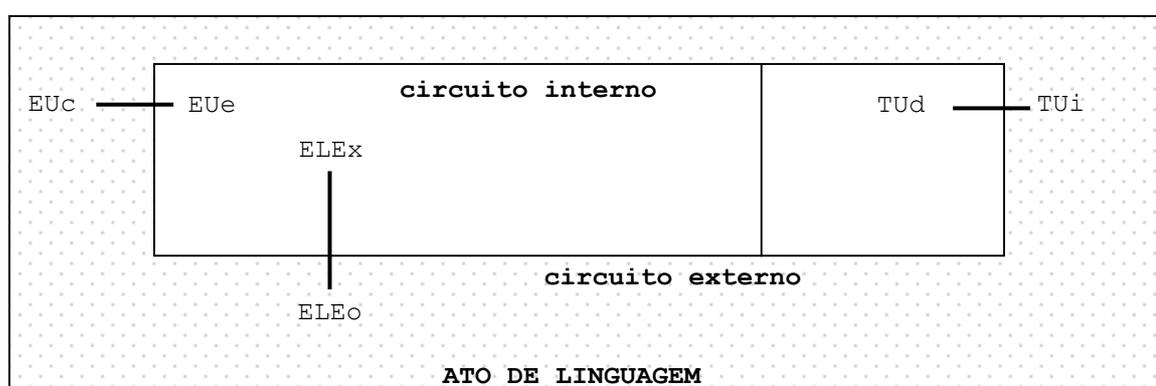


Figura 3: Charaudeau, 1983, p. 46.

Apresentamos, a seguir, as hipóteses e denominações que Charaudeau (1984, 1992 e 2001a) utiliza para definir os sujeitos da linguagem.

#### 2.2.3 Os sujeitos da linguagem

Os postulados de Charaudeau partem da hipótese de que é possível estudar a linguagem levando-se em conta sua dimensão psicossocial. Dessa forma, ele defende que uma teoria do discurso não pode prescindir de uma definição dos sujeitos do ato de linguagem.

Colocar os sujeitos da linguagem no centro das teorias lingüísticas é uma preocupação recente e ainda não está generalizada. Charaudeau (1984; 2001a) assevera que de fato, durante muito tempo - até o surgimento da perspectiva enunciativa de estudo da linguagem -, a língua era considerada como um objeto abstrato, e era necessário descrever seus sistemas internos. Além disso, o termo "sujeito" só tinha uma realidade gramatical e, ainda que na retórica antiga a atividade da linguagem fosse considerada como arte da persuasão, esse sujeito não estava apresentado como ser de enunciação.

Charaudeau (2001a, p. 27) destaca que "já em Jakobson<sup>26</sup>, os conceitos de emissor e receptor encontram-se distinguidos e personalizados pelas funções emotiva e conativa que lhes são associadas. Entretanto, é com Benveniste<sup>27</sup> que se produz a primeira mudança teórica de importância: a subjetividade é a capacidade do locutor de se colocar como sujeito". Ao dizer que o subjetivo é ordenador da organização da linguagem, Benveniste dá primazia à enunciação sobre o enunciado e abre caminho para os novos estudos fundados sobre a oposição "Eu/Tu".

---

<sup>26</sup> 1963. *Essais de linguistique générale*.

<sup>27</sup> 1966. *Problèmes de linguistique générale* 1, 1995. *Problemas de lingüística geral I*. 4.ed. Campinas, SP: Pontes.

A Pragmática vai ainda mais longe, uma vez que, sem se basear em uma verdadeira teoria dos sujeitos, leva em conta o estatuto linguageiro do sujeito falante para explicar os performativos (ibid., p. 27)): entre as condições que definem a performatividade de um enunciado como "a sessão está aberta", estão a de se ter o estatuto de presidente da sessão e a de ser o sujeito que pronuncia este enunciado. Charaudeau (2001a, p. 27) diz reconhecer o papel inovador desempenhado pela pragmática em relação às outras teorias da língua.

Na Semiolingüística, o discurso é visto como "jogo comunicativo", ou seja, o jogo que se estabelece entre a sociedade e suas produções linguageiras, encenado pelos sujeitos da linguagem. Diversas teorizações do sujeito são possíveis. Para Charaudeau (1999, p. 34), o sujeito se define na empiria de trocas comunicativas, mas ele é também construído e teorizado em função da maneira como se constroem e se teorizam as trocas. O sujeito é, pois, um sujeito de comunicação definido por sua identidade psicológica e social, por um comportamento finalizado e pelas restrições que ele sofre se ele quer se inserir na interação (nessa perspectiva, ele é um "isso"). Ele se define também por suas próprias intenções para com o outro (e nessa perspectiva, ele é um "eu"). Seja qual for o ponto de vista adotado, o sujeito se

encontra aqui em uma relação de intersubjetividade com o outro da linguagem (alteridade), ele representa vários papéis de acordo com sua posição de produtor ou de receptor do ato de linguagem e possui uma dupla identidade: externa, de ser psicológico e social; interna, de ser discursivo.

Apresentamos, a seguir, as denominações<sup>28</sup> utilizadas por Charaudeau e suas respectivas definições:

1. *Sujeitos*: o sujeito pode ser considerado como um lugar<sup>29</sup> de produção da significação languageira, para o qual esta significação retorna, a fim de constituí-lo. O sujeito não é, pois, nem um indivíduo preciso, nem um ser coletivo particular: trata-se de uma abstração, sede da produção/interpretação da significação, especificada de acordo com os lugares que ele ocupa no ato languageiro. Fala-se, então, de sujeito comunicante, de sujeito enunciador, de sujeito destinatário e de sujeito interpretante.
2. *Parceiros*: na interação languageira, vêem-se dois parceiros, o sujeito comunicante (EUc) e o sujeito interpretante (TUi), implicados no jogo que lhes é proposto por uma relação contratual. Essa relação

---

<sup>28</sup> Termo utilizado por Charaudeau.

<sup>29</sup> Cf. Charaudeau (1984, p. 43): le sujet peut être considéré comme un lieu de production de la signification langagière auquel revient cette signification pour le constituer.

contratual não se baseia nos estatutos sociais dos parceiros, do lado de fora da situação linguageira. Ela depende do "desafio" construído no e pelo ato de linguagem, desafio este que contém uma expectativa (o ato de linguagem vai ser bem sucedido ou não?). Isso faz com que os parceiros só existam na medida em que eles se reconheçam (e se "construam") uns aos outros com os estatutos que eles imaginam. A relação contratual depende, portanto, de componentes mais ou menos objetivos, tornados pertinentes pelo jogo de expectativas que envolve o ato linguageiro.

Charaudeau (1992, p. 643) diz que os parceiros do ato de linguagem, seres sociais e psicológicos, externos ao ato, mas nele inscritos, são definidos por um certo número de traços de identidade, cuja pertinência depende do ato de comunicação considerado. Dito de outro modo, o locutor-emissor produz o ato de comunicação (sujeito comunicante - EUc), e o interlocutor-receptor que recebe o discurso do locutor interpreta-o e reage a seu turno (sujeito interpretante - TUi).

Esses componentes são de três tipos:

- *comunicacional*, concebido como o quadro físico da situação interacional: os parceiros estão presentes? Eles se vêem? São eles únicos ou múltiplos? Que canal - oral ou gráfico - é por eles utilizado? etc.
- *psicossocial*, concebido em termos de estatutos que os parceiros são suscetíveis de reconhecer um no outro: idade, sexo, categoria sócio-profissional, posição hierárquica, relação de parentesco, fazer parte de uma instituição de caráter público ou privado, etc.
- *intencional*, concebido como um conhecimento *a priori* que cada um dos parceiros possui (ou constrói para si mesmo) sobre o outro, de forma imaginária, fazendo apelo a saberes supostamente partilhados (intertextualidade)<sup>30</sup>. O componente intencional se apóia sobre duas questões que constituem os princípios de base de sua realização: O que está sendo colocado em questão, com qual intenção de informação? De que maneira isso está sendo veiculado, ou qual será a intenção estratégica de manipulação<sup>31</sup>?

O *sujeito comunicante* (EUc) é o parceiro que detém a iniciativa no processo de interpretação. Ele encena o *Dizer* em

---

<sup>30</sup> Cf. Charaudeau, diremos mais simplesmente *interdiscursividade*.

<sup>31</sup> Conforme Charaudeau, esse termo pode ser tomado em um sentido mais amplo, já que todo ato de linguagem traz em si a idéia de "arriscar-se a jogar um lance para ganhar".

função dos três componentes acima - é no componente intencional que se integram as hipóteses de saber que este sujeito é levado a construir sobre o sujeito interpretante (TUi) - e através da percepção que tem do ritual languageiro no qual está envolvido. Temos aí o lugar de fala do EUC, sendo que o resultado dessa sua atividade está centrado nas estratégias discursivas, que são suscetíveis de produzir efeitos de discurso<sup>32</sup>.

O *sujeito interpretante* (TUi) é o parceiro que tem a iniciativa do processo de interpretação. Ele constrói uma interpretação - que pode ser muda ou se exprimir por uma interação qualquer - em função dos mesmos três componentes - com as hipóteses de saber que ele é levado a elaborar sobre o sujeito comunicante (EUC) -, e através da percepção do ritual languageiro.

Entretanto, para Charaudeau (ibid.), não há simetria entre as atividades do EUC e do TUi. Se o resultado do processo de produção pode ser estudado através das características da encenação do *Dizer*, configurada no texto, o resultado do processo de interpretação só pode ser captado de duas formas: seja através do texto da interação (e tal captação, por mais

---

<sup>32</sup> Cf. Charaudeau, distinguiremos, então, os *efeitos possíveis* dos *efeitos*

interessante que seja, só pode ser parcial), seja de forma psico-experimental, isto é, testando-se os sujeitos interpretantes (na verdade, conforme Charaudeau, temos, aí, uma outra abordagem - ainda que complementar - situada na fronteira do campo languageiro).

3. *Protagonistas:* na interação languageira, somos confrontados com dois protagonistas: o sujeito enunciador (EUE) e o sujeito destinatário (TUD), que se definem como *seres de fala* da encenação do *Dizer*, produzida pelo EUC e interpretada pelo TUI. Estes seres de fala assumem diferentes faces de acordo com os papéis que lhes são atribuídos pelos parceiros do ato de linguagem em função de sua relação contratual. Dito de outra forma, é o locutor-enunciador (ou enunciador - EUE) que coloca em cena as intenções discursivas do locutor e o interlocutor-destinatário (ou destinatário- TUD), a quem o locutor atribui um certo lugar no interior de seu discurso (Charaudeau, 1992, p. 644).

Tais papéis são concebidos como componentes da relação contratual e alguns deles correspondem aos três componentes da

relação contratual: comunicacional, psicossocial e intencional. Esses três componentes são vistos, aqui, como índices semiológicos da encenação do *Dizer*, enquanto outros correspondem ao que se chamará atitudes discursivas.

Essas atitudes formam um dispositivo bastante complexo, que não podemos descrever nos limites deste trabalho, e onde intervêm, só para se ter uma idéia, *atitudes enunciativas* (alocutivo, elocutivo, delocutivo), *atitudes enunciatórias* (os modos de organização do discurso), *atitudes de valores* (ético, pragmático e hedônico), *atitudes de verdades* (real, ficcional) e *atitudes de credibilidade* (sério, familiar, etc.).

Charaudeau (2001 a, p. 33-37) tece algumas considerações que permitem provar que a performatividade não é um fenômeno da língua, mas, sim, um fenômeno que diz respeito à encenação do ato de linguagem com seus dois circuitos - externo e interno - e seus sujeitos correspondentes - parceiros e protagonistas.

Durante muito tempo, foi comumente admitido que havia na língua verbos performativos e que seria possível elaborar uma lista deles (prometer, ordenar, permitir, declarar, etc.). Mas, como esses verbos dependiam do dispositivo de enunciação,

foi preciso que se descrevessem as condições da realização performativa: os referidos verbos, além de seu semantismo particular (descrevem a ação que o locutor declara realizar), deveriam ser empregados no presente do indicativo e na primeira pessoa do singular. Assim, o enunciado "eu te ordeno que P" era assinalado como performativo em oposição a "ele lhe ordena que P", ou "eu lhe ordenava que P", etc.

Depois, à medida que foram sendo levados em conta contextos nos quais o verbo performativo - apesar de suas boas condições de emprego - não realizava o ato que descrevia (caso da ironia), alguns lingüistas propuseram qualificar tais verbos como "potencialmente performativos"<sup>33</sup>, ou então apelaram para os 'marcadores das leis do discurso'<sup>34</sup>.

A condição que determina que o sujeito falante tenha o poder de executar o ato que ele descreve em sua enunciação, depende, conforme Charaudeau, da relação contratual que existe no circuito externo, entre os dois parceiros EUC e TUi. O "eu", marca gramatical, não remete, então, ao sujeito

---

<sup>33</sup> Roulet, 1978. Essai de classement syntaxique et sémantique des verbes potentiellement performatifs en français. In: *Cahiers de Linguistique* 8, Presses Universitaires du Québec.

<sup>34</sup> Anscombe, 1977. La problématique de l'illocutoire dérive. In: *Langage et Société* 2.

enunciador (EUE), mas ao sujeito comunicante (EUC)<sup>35</sup>. É necessário acrescentar, entretanto, uma outra condição: o EUC deve levar em conta se o TUI tem capacidade para *poder fazer* o que lhe é sugerido pelo ato de fala, senão não haverá, efetivamente, performatividade. Dito de outra forma, para que haja performatividade, é necessário que os dois parceiros mantenham uma relação contratual na qual eles reconheçam, mutuamente, a existência desse *poder fazer*.

Para Charaudeau, a condição de *sinceridade* proposta por Grice<sup>36</sup> depende igualmente de uma relação contratual (ponto de vista *intencional*). Assim, várias encenações languageiras são possíveis com um mesmo enunciado, tal como: "Eu prometo ir à festa". Vejamos algumas encenações:

- a) EUC se compromete a fazer algo → EUE promete e TUD é solicitado a crer nisso. Se TUI acreditar, de fato, no que ouve, haverá um *efeito performativo* (E.P.) para EUC e para TUI. Porém, se TUI não acreditar no que ouve, o E.P. não se dará.
- b) EUC não quer se comprometer a fazer algo → EUE, no entanto, promete e TUD é solicitado a crer nisso. Se TUI acreditar, de fato, no que ouve, haverá um E. P.

---

<sup>35</sup> Cf. Charaudeau: Ducrot distinguia, em 1977, o locutor enquanto locutor (EUC) do locutor personagem (EUE) no artigo "Illocutoire et performatif". In: *Revue Linguistique et Sémiologie* 4, P.U.L., 1977.

para ele, mas não para EUC (que sabe que não está dizendo a verdade mas, sim, contemporizando).

- c) EUC não quer se comprometer a fazer algo → EUE promete, mas TUD é chamado a não crer (presença de um índice que propiciará essa não-crença). Se TUI, por sua vez, não acreditar no que ouve, não haverá efeito performativo. TUI será, então, conivente com EUC.

Os exemplos de encenação acima citados levam Charaudeau a afirmar que, na análise do discurso, só é possível falar de *efeito performativo* (E.P.), se o conjunto do dispositivo do ato de linguagem e o lugar que nele ocupam os quatro sujeitos assegurarem ou não tal efeito.

O fato de que uma fórmula verbal qualquer, que não seja performativa em si (no sentido inicial), possa contribuir para produzir a realização de uma ação enunciativa mostra que esta não está necessariamente ligada ao emprego de uma fórmula específica. Observe-se o caso do enunciado "eu gostaria que você viesse esta noite" dito por um pai a sua filha: se o pai (EUC) não tem costume de dar ordens a sua filha e exerce essa relação de autoridade por meio de uma "negociação", e se a filha em questão (TUI) sabe bem disso, é quase certo que tal

---

<sup>36</sup> Grice, 1975. *Logic and conversation syntaxe and semantic*. In: *Speech*

enunciado produzirá, segundo o autor, o efeito e a realização da ordem, o que não poderia ser determinado pelo uso de "eu gostaria que" em outras circunstâncias.

Diante de tais considerações, Charaudeau deseja afirmar que a realização de uma ação enunciativa pode ser produzida por diferentes estratégias discursivas, sendo que algumas chegam até a mascarar o *fazer* pelo *dizer*.

Enfim, o autor destaca que a análise de algumas seqüências interacionais permite evidenciar que, cada vez que o EUC utiliza uma fórmula explícita (eu ordeno, eu prometo, eu permito, etc.), tudo se passa, do ponto de vista da estratégia discursiva, como se a validade da relação contratual estivesse sendo colocada em dúvida, mesmo quando todas as condições são aparentemente preenchidas para produzir o efeito performativo. Um patrão que quisesse expulsar de seu escritório um funcionário que ali veio para fazer uma reivindicação lhe diria: "Saia daqui, agora!" Se o funcionário não o fizesse, o patrão poderia acrescentar: "Eu estou mandando o senhor sair!" e, talvez, pudesse mesmo explicitar as condições de enunciação dizendo: "Sou eu, seu superior, quem está lhe falando!".

Mas, de acordo com o autor, as três últimas fórmulas não passam de um simulacro de E. P. (*efeito performativo*), nas quais se institui um sujeito destinatário (TUd) *mistificado*, o resultado ficando na dependência da reação do TUi.

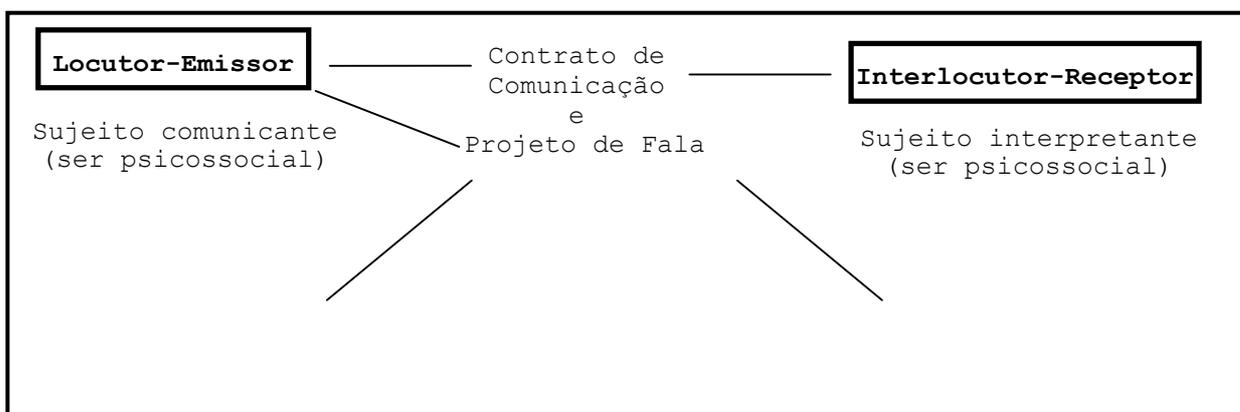
A relação, inversamente proporcional, entre o emprego da forma performativa explícita e o efeito performativo do ato de linguagem leva a adotar uma terminologia que pode dar lugar a confusões. Assim, Charaudeau distingue:

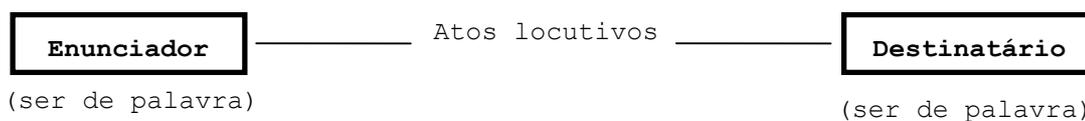
- *o ato de linguagem*, que diz respeito à totalidade da encenação linguageira com seus dois circuitos - externo (o da relação contratual entre parceiros) e interno (o da encenação do *dizer*, com seus dois protagonistas);
- *o ato de fala*, que diz respeito exclusivamente à encenação do *dizer*, por meio de qualquer fórmula verbal que seja, desde que ela assinale um ato enunciativo dando um determinado papel ao EUE e ao TUd. O ato de fala não representa, então, o todo do ato de linguagem;
- *a estratégia discursiva*, que leva em conta o efeito possível produzido pelo ajustamento (o jogo) entre a encenação do *dizer* (o ato de fala) e a relação contratual do *fazer*.

Nessas condições, conforme Charaudeau, o conceito de ato performativo parece ser inútil/discutível no âmbito da análise do discurso, visto que tal conceito desaparece sob a descrição sempre particular do efeito estratégico produzido pelo ajustamento entre o *dizer* e o *fazer*.

Não existe, como vemos na Fig. 4, o mesmo tipo de relação entre destinatário e receptor de um lado, e enunciador e emissor de outro. O destinatário depende do locutor (é pelo lugar que este lhe concede que ele existe), enquanto o receptor que interpreta só depende dele próprio. Vê-se nitidamente essa diferença quando se compara a situação de comunicação *interlocutiva* (emissor, enunciador/destinatário e receptor se encontram na mesma instância da fala) com a situação de comunicação *monolocutiva escrita* (emissor e enunciador/destinatário se encontram na mesma instância da fala, enquanto o receptor se encontra numa instância de fala posterior). Representar-se-á o dispositivo de *mise en scène* da linguagem do seguinte modo:

#### DISPOSITIVO DE *MISE EN SCÈNE* DA LINGUAGEM





**Figura 4: Charaudeau, 1992, p. 644.**

Isto posto, é possível dizer que o ato de linguagem não é só a intenção do emissor captada pelo receptor, mas resulta de um jogo entre o implícito e o explícito que se realiza no ponto de encontro dos processos de produção e interpretação. Trata-se de um ato interenunciativo, encenado por quatro protagonistas: sujeito comunicante (EUc) / sujeito enunciante ou enunciador (EUe) e sujeito destinatário (TUd) / sujeito interpretante (TUi), ligados por dois circuitos. Charaudeau (1983, p. 46) inclui na totalidade que constitui o ato de linguagem o mundo falado por esses protagonistas (ELE), que tem uma dupla representação dentro do circuito da fala (ELEx) e fora dele (ELEo).

Na origem desse lugar de encontro imaginário de duas instâncias discursivas que não são idênticas, uma que realiza a *mise en scène* e outra que a observa, a consome e a constrói, encontra-se um sujeito particular que tem uma intenção, isto é, um projeto de dizer.

Ao reconhecer a existência de uma intenção no sujeito comunicante, Charaudeau não está se referindo à visão tradicional de intencionalidade<sup>37</sup> no ato de comunicação. Se ele vê o sujeito comunicador (EUC) não como uma pessoa em si produzindo um texto, mas como uma figura de sujeito, ligada a outros sujeitos por um contrato<sup>38</sup> sociolinguageiro que a restringe em parte, essa intencionalidade só pode ser um processo de intenção relativo à hipótese interpretativa que produz um certo sujeito interpretante, considerando-se uma certa circunstância de discurso.

Todo texto será, então, o produto de um *projeto de fala* da parte de um EUC que sabe, de modo mais ou menos consciente, que ele é, em parte, sobredeterminado por contratos de fala: acordos existentes entre sujeitos de fala pertencentes ao mesmo corpo de práticas sociais sobre as representações linguageiras dessas práticas.

---

<sup>37</sup> Charaudeau (1983) emprega esta palavra intencionalmente, pois não se trata somente de um conjunto de intenções comunicativas plenamente concebidas e voluntariamente transmitidas. Trata-se de um conjunto de intenções que poderiam ser mais ou menos conscientes, mas que são todas marcadas por traços de uma coerência psico-sócio-linguageira. O autor diz que não se quer reduzir o ato de linguagem a um fenômeno que revelaria somente a intenção consciente. Quer-se, pelo contrário, entendê-lo na sua totalidade, ou seja, permeável aos impactos do inconsciente e do contexto sócio-histórico. Este termo é, então, diferente de *intenção*; ele é equivalente ao termo *projeto de fala*.

<sup>38</sup> La notion de *contrat* présuppose que les individus appartenant à un même corps de pratiques sociales soient susceptibles de se mettre d'accord sur les représentations langagières de ces pratiques sociales. Il s'ensuit que le sujet communiquant pourra toujours raisonnablement supposer à l'autre une compétence langagière de *reconnaissance* analogue à la sienne. L'acte de

A propósito do "projeto de fala" de Charaudeau, trazemos posicionamentos de autores como Peytard e Moirand, Orecchioni, por apresentarem consonância com aquele. Peytard e Moirand (1992, p. 113) consideram que o *contrato de fala* é o "verdadeiro código implícito, a partir do qual os gêneros discursivos são precisados". A troca verbal é assim marcada por um duplo selo: o gênero, inscrito nas restrições da *mise en scène do Dizer*, e o ritual definido pelas condições externas, o estatuto psicossocial dos parceiros do ato de linguagem.

Orecchioni (1980, p. 8) afirma que "com toda segurança, falar não é trocar livremente informações que 'fluem' harmoniosamente, indiferentes às condições concretas da situação de fala e às propriedades específicas dos membros do intercâmbio verbal". Acrescenta a autora (ibid., p. 15) que "é verdade, toda palavra quer dizer o que eu quero que signifique, mas ao mesmo tempo toda palavra quer dizer o que quer dizer (há um sentido na língua)". Falar é, pois, precisamente procurar que coincidam essas duas intenções significantes, estas do "querer dizer".

---

langage devient alors une *proposition* que le JE fait au TU et pour laquelle il attend une contrepartie de connivence (Charaudeau, 1983, p.50).

Em resumo, podemos dizer que todo ato de linguagem depende de um *contrato de fala* que sobredetermina em parte os protagonistas da linguagem no seu duplo ser de sujeitos agentes e de sujeitos de fala (fenômeno de legitimação), e que é pela relação com esse contrato englobante e sobredeterminante que é preciso julgar os outros *contratos* e *estratégias discursivas* colocados em cena por esses sujeitos.

Charaudeau (2001b) comenta que o ato de linguagem depende de uma competência comunicativa, pois, para que haja sentido, é preciso que o dito esteja vinculado com o conjunto das condições nas quais o dito está dito.

Explanamos a seguir como esse autor aborda os níveis de competência de linguagem.

### **2.3 Os níveis de competência de linguagem**

Charaudeau trata, em seu artigo "*De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas*" (2001b), sobre a competência de fala, conceito bem conhecido (conforme o autor) nas ciências da linguagem. Segundo ele, num primeiro momento se falava exclusivamente da "competência lingüística".

Mais tarde, no campo da didática das línguas e da etnologia da comunicação – desenvolvida de forma paralela nos Estados Unidos –, começou-se a falar de competência comunicativa. No entanto, nunca se tratou a relação entre ambas. O que o autor pretende é demonstrar a necessidade de distinguir diferentes níveis de competência para articulá-las entre si.

Charaudeau (ibid., p. 13), em seu postulado sobre a competência de linguagem, destaca que a construção do sentido, mediante qualquer ato de linguagem, procede de um sujeito que se dirige a outro sujeito, dentro de uma situação de intercâmbio específica, que sobredetermina parcialmente a escolha dos recursos de linguagem que possa usar. Isso o levou a elaborar um modelo que consta de três níveis, com três tipos de competência correspondentes para o sujeito: nível situacional e competência situacional, nível discursivo e competência discursiva, nível “semiollingüístico” e competência “semiollingüística”.

A *competência situacional* refere-se à situação social e exige que todo sujeito que se comunica seja apto para construir seu discurso em função da identidade dos protagonistas do intercâmbio, da finalidade do mesmo, seu propósito e suas circunstâncias materiais.

A identidade dos protagonistas do intercâmbio determina "quem fala com quem?", em termos de estatuto, papel social e situação dentro das relações de poder (hierarquia). A identidade do sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala".

A finalidade do ato de comunicação é dada pela resposta à pergunta implícita seguinte: estou aqui para dizer o quê?, expressa, neste nível, em termos de fins discursivos (prescrição, solicitação, informação, incitação, instrução, demonstração).

O propósito refere-se ao princípio de relevância, com a idéia de que todo ato de linguagem se emoldura dentro de uma área temática, por geral que seja. Trata-se da tematização, isto é, da maneira como se estrutura o "acerca do qual se fala", em termos de temas (macro e microtemas).

As circunstâncias materiais permitem distinguir variantes dentro da situação global de comunicação, que lhe dão dimensões específicas. Trata-se, em primeiro lugar, do que determina as situações de intercâmbio orais (interlocutivas) ou escritas (monolocutivas).

Neste trabalho, os resultados da análise são oriundos de uma situação monolocutiva, pois o objeto analisado é um conjunto de textos escritos. Charaudeau (ibid., p. 14) comenta que, nas situações monolocutivas, o sujeito falante, iniciador do espaço de locução, não impede a palavra a ninguém. Neste caso, o outro (interlocutor), já que não se encontra presente fisicamente (ou não tem direito de falar-conferenciar), é solicitado pelo mesmo sujeito falante e com a situação que a este lhe convém assinalar. Da mesma maneira, como o outro não pode interagir de imediato (não pode fazê-lo, senão de maneira diferida), a justificação do direito de falar já não tem razão de ser, e a luta discursiva, sempre possível, não poderá dar-se senão por *simulação* (antecipar ou imaginar as reações-objeções do outro). Assim mesmo, o sujeito falante se vê relativamente *dono do espaço de tematização*; o introduz, o impõe ao outro, o desenvolve em conveniência e pode completá-lo, sem levar em conta as reações do outro. Pode-se observar, em termos gerais, que o sujeito da interlocução é um sujeito que deve defender permanentemente seu direito de falar, mediante adequada regulação das reações de aceitação ou rechaço do outro, quando, ao contrário, o sujeito da monolocução é um sujeito que solicita ao outro e lhe impõe seu universo e sua organização temática.

Portanto, a competência situacional é o que determina o que está em jogo com um ato de linguagem, e isto é fundamental, visto que não há ato de linguagem sem propósito.

A *competência discursiva* exige de cada sujeito que se comunica e interpreta que esteja em capacidade de manipular (Eu) - reconhecer (Tu) as estratégias de *mise en scène* que se depreendem das necessidades inerentes ao marco situacional. Essas estratégias, que não devem confundir-se com as estratégias propriamente lingüísticas, são de três tipos: enunciativo, enunciatório e semântico.

As estratégias de ordem enunciativa remetem às atitudes enunciativas que o sujeito falante constrói em função dos elementos de identificação e inter-relação da situação de comunicação (já que são sobredeterminantes), assim como em função da imagem de si mesmo que quer transmitir e da que quer atribuir ao outro. Elabora a partir daí um Eu e um Tu da enunciação que coincidem com esses elementos ou os ocultam. Ele o conseguirá mediante o que se chama o jogo da modalização do discurso e a construção dos papéis enunciativos (de ordem elocutivo, alocutivo, delocutivo). Essas estratégias delimitam a situação de enunciação, que se desprende do marco situacional.

As estratégias de ordem enunciatória remetem ao que Charaudeau denominou em sua gramática (1992) os “modos de organização do discurso”: o modo descritivo, o modo narrativo e o modo argumentativo. Nesse caso, também é necessária uma atitude do sujeito para saber manejar os distintos modos de descrição, narração e argumentação, a respeito dos quais é preciso delimitar que não são nada universais, já que cada comunidade desenvolve seus modos de organização do discurso (Charaudeau, 2001b, p. 16). Esse tipo de competência se adquire tanto através da experiência (leitura/escritura) como da escola.

As estratégias de ordem semântica remetem ao que em lingüística cognitiva se conhece como “o entorno cognitivo compartilhado” (Sperber, 1989<sup>39</sup>, apud Charaudeau, 2001b, p. 16). Trata-se do fato de que, para se compreender um ao outro, é necessário que ambos os protagonistas do intercâmbio recorram a conhecimentos supostamente compartilhados.

A *competência semiolingüística* postula que todo sujeito que se comunica e interpreta pode manipular-reconhecer a forma dos signos, suas regras combinatórias e seu sentido, sabendo que se usam para expressar uma intenção de comunicação, de

---

<sup>39</sup> 1989. Sperber e Wilson. *La pertinence*. Paris: Minuit.

acordo com os elementos do marco situacional e as exigências da organização do discurso.

De acordo com Charaudeau (ibid., p. 17), é nesse nível que, precisamente, se constrói o *texto*, se se entende por texto o resultado de um ato de linguagem produzido por um sujeito dado dentro de uma situação de intercâmbio social dada e possuindo uma forma peculiar. Para tal efeito, é necessária uma atitude para adequar a formalização do mesmo com determinada intenção, em função das exigências anteriormente definidas. Essa formalização compreende três níveis e cada um requer um saber-fazer em termos de composição do texto, de construção gramatical e, finalmente, de um saber-fazer relativo ao uso adequado das palavras e o léxico segundo o valor social que transmitem. Da mesma maneira que existe um mercado social dos rituais de linguagem, existe um mercado social de palavras. Trata-se, portanto, de uma competência específica, que consiste em saber reconhecer e usar as palavras em função de seu valor de identificação e sua força portadora de verdade.

Essa tríplice competência constitui, na opinião de Charaudeau, as condições da comunicação mediante a linguagem. Pode-se dizer que se trata de três competências ou de uma só competência composta por três atitudes do fazer. O que importa

é que se aborde essa competência como o resultado de um movimento de ida e volta permanente entre a atitude para reconhecer as condições sociais de comunicação, a atitude para reconhecer-manejar as estratégias do discurso e a atitude para reconhecer-manejar os sistemas semiolingüísticos, as quais se encontram mutuamente inseridas.

#### **2.4 Os princípios e os modos de organização do discurso**

Charaudeau comenta na *Grammaire du sens et de l'expression* (1992, p. 633) que "uma gramática que tem por objetivo descrever as categorias da língua, do ponto de vista do sentido e da maneira como elas são trabalhadas pelo locutor para construir um ato de comunicação, não pode deixar de se interessar pelo que funda verdadeiramente a linguagem: o discurso. As gramáticas tradicionais só se interessam em descrever as categorias da língua".

Se as gramáticas tradicionais não entram no domínio do discurso, em contrapartida, certos ramos da lingüística e da semiótica exploram bastante esse campo desde há alguns anos, sob pontos de vista e denominações diversas: análise de discurso, gramática do discurso, gramática de texto, gramática comunicativa, etc.

Disso resulta uma extraordinária riqueza de pensamento, de teorias e de métodos a respeito do discurso. Para evitar possíveis mal-entendidos, é preciso, quando se vai descrever fenômenos discursivos e comunicacionais, apresentar instrumentos de reflexão e de descrição que permitam melhor compreender e analisar esses fenômenos.

Em vista disso, Charaudeau apresenta um certo número de conceitos e categorias de base para abordar a comunicação verbal, começando por indagar-se a respeito do que é comunicar. Serão apresentados aqui alguns desses conceitos e categorias de base que participam da definição daquilo que é a comunicação verbal.

Conforme Charaudeau (*ibid.*, p. 634), é preciso representar o ato de comunicação como um dispositivo no seio do qual se encontra o sujeito falante (o locutor que fala ou escreve) em relação a um outro parceiro (interlocutor). Os componentes desse dispositivo são:

- a *situação de comunicação*, que constitui o quadro ao mesmo tempo físico e mental no qual se encontram os parceiros da troca linguageira, os quais são determinados por uma identidade (psicológica e social) e ligados por um contrato de comunicação.

- os *modos de organização do discurso*, que constituem os princípios de organização da matéria lingüística. Esses princípios dependem da finalidade comunicativa que se dá o sujeito falante: *enunciar, descrever, narrar, argumentar*.
- a *língua*, que constitui o material verbal estruturado em categorias lingüísticas e tem, ao mesmo tempo e de forma consubstancial, uma forma e um sentido.
- o *texto*, que representa o resultado material do ato de comunicação. Ele testemunha as escolhas conscientes (ou inconscientes) que o sujeito falante faz das categorias da língua e dos modos de organização do discurso, em função das restrições impostas pela situação.

Comunicar é, como se vê, um fenômeno mais complexo do que deixam supor trabalhos especializados sobre a comunicação (ibid., p. 634-635). Esse fenômeno não consiste apenas em transmitir uma informação. Comunicar é proceder a uma *mise en scène*. Da mesma forma que um diretor de teatro utiliza o espaço cênico, o cenário, a iluminação, a sonorização, os atores, um texto, para produzir efeitos de sentido dirigidos a um público que ele imagina, o locutor - quer fale ou escreva - utiliza os componentes do dispositivo da comunicação em função dos efeitos que quer produzir sobre seu interlocutor.

Assim, os textos podem ser objeto de uma categorização em tipos de textos (publicitários, científicos, informativos, instrucionais etc.) que não se confundem com os tipos de discurso, pois um mesmo tipo de texto pode resultar de um ou mais modos de organização do discurso e do emprego de variadas categorias da língua.

Charaudeau (ibid., p. 641) destaca que os procedimentos que consistem em utilizar categorias da língua para ordená-las em função das finalidades discursivas do ato de comunicação podem ser reagrupados em quatro modos de organização: o *enunciativo*, o *descritivo*, o *narrativo* e o *argumentativo*.

Cada um desses modos de organização possui uma função de base e um princípio de organização. A função de base corresponde à finalidade discursiva do projeto de fala do locutor, a saber: enunciar, descrever, narrar, argumentar. O princípio de organização é duplo para o Descritivo, para o Narrativo e para o Argumentativo.

Na verdade, cada um desses modos propõe, à sua maneira, uma organização do mundo referencial, o qual dá lugar a lógicas de construção desses mundos (descritivo, narrativo, argumentativo) e uma organização de sua *mise en scène*, a qual,

por sua vez, dá lugar a *mise en description*, *mise en narration* e *mise en argumentation*.

O Quadro 1 apresenta os modos de organização do discurso. Neste trabalho, tomaremos como base apenas os modos de organização enunciativo e argumentativo.

MODO DE ORGANIZAÇÃO	FUNÇÕES DE BASE	PRINCÍPIOS DE ORGANIZAÇÃO
ENUNCIATIVO	<p><b>Relação de influência</b> (EU → TU)</p> <p><b>Ponto de vista situacional</b> (EU → ELE)</p> <p><b>Testemunho sobre o mundo</b> (ELE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Posição</b> em relação ao <b>interlocutor</b></li> <li>• <b>Posição</b> em relação ao <b>dito</b></li> <li>• <b>Posição</b> em relação a <b>outros discursos</b></li> </ul>
DESCRITIVO	<p><b>Identificar a sucessão</b> os seres do mundo de maneira objetiva/subjetiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organização da construção descritiva</b> (Nomear - Localizar - Qualificar) → <b>A mise en description</b> (efeitos e procedimentos)</li> </ul>
NARRATIVO	<p><b>Construir a sucessão de ações</b> de uma história no tempo em torno de uma busca para daí fazer uma narração com seus actantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organização da lógica narrativa</b> (actantes e processos) → <b>A mise en narration</b> (identidades e estatutos do narrador)</li> </ul>
ARGUMENTATIVO	<p><b>Explicar uma verdade</b> com um fim racionalizante para influenciar o interlocutor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Organização da lógica argumentativa</b> → <b>A mise en argumentation</b> (procedimentos semânticos e discursivos)</li> </ul>

Quadro 1: Charaudeau, 1992, p. 642.

### 2.4.1 O modo de organização enunciativo

Conforme Charaudeau (1992, p. 647), não se deve confundir o modo de organização enunciativo com a situação de comunicação. Nesta se encontram os parceiros do ato de linguagem, *seres sociais*, externos à linguagem (EUc e TUi). No enunciativo, têm-se os *protagonistas*, seres da palavra, internos à linguagem (EUe e TUD). Assim sendo, o modo de organização enunciativo é uma categoria do discurso que testemunha a forma como o sujeito falante trata a *mise en scène* do ato de comunicação.

Também não se deve confundir esse modo de organização com a *modalização*, à medida que a modalização é uma categoria da língua e o modo enunciativo é um expediente discursivo. A modalização é uma categoria da língua que reagrupa conjuntos de procedimentos estritamente lingüísticos, os quais permitem exprimir explicitamente o ponto de vista locutivo do locutor – alocutivo, elocutivo, delocutivo (ibid.). A modalização e o *enunciativo* estão intimamente ligados, pois, assim como a ação está para o narrativo e a qualificação para o descritivo, a modalização está para o enunciativo. As categorias da língua permitem ao discurso constituir-se e, inversamente, as

categorias de discurso encontram sua contrapartida nas categorias da língua.

Para Charaudeau (ibid., p. 648), todo ato de linguagem se compõe de um propósito referencial que está encaixado em um ponto de vista enunciativo do sujeito falante, e o todo se integra em uma situação de comunicação. A relação entre locutor e interlocutor é, segundo o lingüista, regulada por um contrato de fala, "constituído pelo conjunto de restrições que codificam as práticas sócio-linguageiras e que resultam de condições de produção e de interpretação (circunstâncias de discurso) do ato de linguagem" (1983, p. 54). Esse contrato confere um estatuto sócio-linguageiro aos protagonistas da linguagem, determinando sua fala.

[Situação de com. (Ponto de vista enunciativo (Propósito))]
---

Aqui, o verbo *enunciar* refere-se ao fenômeno que consiste em organizar as categorias da língua, ordenando-as de tal forma que dêem conta da posição que ocupa o sujeito falante em relação ao interlocutor, ao que ele diz e ao que diz o outro.

Isso permite distinguir três funções do modo enunciativo:

- estabelecer uma relação de influência entre locutor e interlocutor;
- revelar o ponto de vista do locutor;
- testemunhar a palavra do outro-terceiro.

Os procedimentos da construção enunciativa são de duas ordens: a *ordem lingüística*, que trata dos procedimentos que explicam os diferentes tipos de relação do ato enunciativo através dos processos de modalização do enunciado; a *ordem discursiva*, que trata dos procedimentos que contribuem para colocar em cena outros modos de organização do discurso (descritivo, narrativo, argumentativo).

Assim, o modo enunciativo permite-nos, através da análise dos elementos lingüísticos da modalização, por exemplo, captar a relação que o sujeito falante estabelece com os fatos a serem relatados, permitindo determinar as relações enunciativas estabelecidas no texto:

1. o locutor pode agir sobre o interlocutor convidando-o a responder ou reagir, influenciando-o, por exemplo;
2. o locutor enuncia a sua posição diante do dito (ponto de vista situacional), tais como: saber, avaliar, motivar, engajar, decidir por relatar o que diz sobre o mundo;

3. o sujeito falante pode procurar apagar suas marcas no texto que elabora, produzindo, assim, um efeito de objetividade. De fora, ele assume a postura de testemunha do mundo.

#### **2.4.2 A modalização e as modalidades enunciativas**

A modalização faz parte do fenômeno lingüístico chamado enunciação. A enunciação é constitutiva do ato que consiste em utilizar os elementos da língua para ordená-los em discurso, o que explica que a enunciação pertence à ordem do discurso. A modalização não constitui o todo da enunciação; esta engloba aquela (Charaudeau, 1992, p. 569).

A enunciação é um fenômeno complexo que testemunha o modo segundo o qual o sujeito falante apropria-se da língua para organizá-la em discurso. E nesse processo de apropriação o sujeito falante é levado a se situar em relação a seu interlocutor, ao mundo que o cerca e em relação ao que ele diz.

A modalização, portanto, constitui apenas uma parte do fenômeno da enunciação, mas ela é o seu sustentáculo na medida

em que permite explicitar as posições do sujeito falante em relação a seu interlocutor (Loc.→Interloc.), a ele mesmo (Loc.→Loc.) e a seu propósito (Loc.→Propósito).

A modalização encontra-se, então, implícita no discurso e, longe de ser uma categoria formal, será considerada aqui como uma categoria conceitual, à qual correspondem meios de expressão que permitem explicitar as diferentes posições do sujeito falante e suas intenções de enunciação.

A modalização compõe-se de um certo número de atos enunciativos de base que correspondem a uma posição particular e, assim, a um comportamento particular - do locutor em seu ato de locução. Esses atos de base serão chamados *atos locutivos*, e as especificações desses atos (subcategorias), *modalidades enunciativas*. (ibid., p. 574-575).

Existem três tipos de atos locutivos:

- o ato *alocutivo*: o locutor implica o interlocutor em seu ato de enunciação e lhe impõe o conteúdo de sua proposição.

(Loc. → Interloc.)
--------------------

O interlocutor está presente no ato de enunciação sob diversas formas (pronomes pessoais - tu, você -, nomes próprios ou comuns identificadores do interlocutor, estatutos de frases - imperativas, interrogativas). Diante de um ato alocutivo, o discurso é supostamente interrompido para dar ao interlocutor a possibilidade de reagir (na verdade, ele é obrigado a reagir).

- o ato *elocutivo*: o locutor situa sua proposição em relação a si mesmo, num ato de enunciação. Ele revela sua própria posição quanto ao que ele diz.

(Loc. → Loc.)
---------------

O interlocutor não está presente no ato de enunciação. Em compensação, o locutor está presente sob diversas formas (pronomes pessoais - eu, nós, nome próprio ou nome comum identificando o locutor, estatuto de frase: exclamativa - optativa). Diante de um ato elocutivo, o discurso não é necessariamente interrompido (o interlocutor não tem a obrigação de reagir), e o locutor pode guardar a palavra.

- o ato *delocutivo*: o locutor deixa a proposição se impor enquanto tal, como se ele não fosse absolutamente responsável. Locutor e interlocutor estão ausentes desse ato de enunciação que se denomina *delocutivo*, como se estivessem desligados da locução:

(Loc.) ← Propósito → (Interloc.)

Diante do ato *delocutivo*, o discurso não é necessariamente interrompido, o interlocutor não é obrigado a reagir, e o locutor pode guardar a palavra.

#### **2.4.3 O modo de organização argumentativo**

O modo de organização argumentativo relaciona-se com o saber que tenta dar conta da experiência humana através de certas operações de pensamento (Charaudeau, 1992, p. 779).

Para Charaudeau, a argumentação não se ocupa das categorias da língua (as conjunções de subordinação, por exemplo), mas da organização do discurso. Trata-se de apresentar as noções de base que são destinadas a fazer compreender como funciona o mecanismo do discurso

argumentativo, isto é, não um tipo de texto, mas os componentes e procedimentos de um modo de organização discursivo, do qual se podem ver as combinações empregadas neste ou naquele *texto* em particular.

Todo ato de linguagem integra um projeto global de comunicação, cuja concepção é de responsabilidade do sujeito comunicante. Este elabora, pois, um discurso que é determinado por liberdades e restrições presentes na relação entre os interlocutores e pelo desejo de que o sujeito interpretante se identifique completamente com a imagem de destinatário previamente concebida. Para alcançar seu objetivo, o sujeito comunicante vale-se de estratégias, as quais envolvem a concepção, organização e a efetivação de suas intenções a fim de produzir efeitos de convicção ou de sedução sobre o sujeito interpretante, de modo a levar este a se identificar com o sujeito destinatário idealizado (Charaudeau, 1983, p. 50). As diferentes estratégias utilizadas pelos sujeitos do ato de linguagem estão subordinadas ao contrato de fala estabelecido entre eles.

Para Charaudeau (1998, p. 9-10), todo ato de fala só significa em função da situação na qual ele é produzido, da identidade e da intencionalidade do sujeito que dele é

responsável, do propósito do qual ele é questão (a tematização) e das circunstâncias materiais nas quais ele se encontra. A argumentação é assim considerada como uma prática social (ordinária ou erudita), na qual o sujeito que quer argumentar se encontra ao mesmo tempo restringido pelos dados da situação comunicativa que o sobredetermina e, ao mesmo tempo, liberado para *jogar* com essas restrições, dispondo de uma margem de manobra que lhe permite realizar seu próprio projeto de fala e manipular estratégias.

A argumentação tem como objetivo provocar o interlocutor, fazendo-o refletir sobre uma dada proposição, com o objetivo de persuadi-lo de uma determinada verdade. Para isso, ela requer a existência de uma tese sobre o mundo que faça sentido e seja legítima para alguém. A argumentação pressupõe, de um lado, um sujeito interessado em uma posição específica, o que o faz buscá-la, e, de outro, um sujeito que deseja ou precisa agir sobre o outro, objetivando fazê-lo partilhar/compartilhar do seu ponto de vista. O princípio de organização do modo argumentativo compõe-se de:

- um propósito sobre o mundo;
- uma proposição que constitui a razão possível do pôr em causa a proposta;

- um ato de persuasão que testemunha a validade da proposição.

Além disso, a relação argumentativa pressupõe três componentes: uma asserção de partida; uma outra que possibilitará a passagem para um dado estado e uma asserção de chegada. A asserção de passagem é uma asserção intermediária e, como tal, requer um universo de crenças e valores partilhados pelos interlocutores, o que torna aceitáveis ou recusáveis as asserções de partida.

#### **2.4.4 A argumentação na teoria Semiolingüística**

O pesquisador interessado pela questão do discurso se encontra, em algum momento de seu trabalho, com o problema da *intenção de influência* e da *persuasão*. Toda ação comunicativa é finalizada, ou seja, dirigida a um fim. Esse fim pode ser, por exemplo, o de influenciar um auditório ou um interlocutor a fazer algo ou a aderir a uma crença. Por outro lado, uma intenção pode estar simplesmente relacionada com uma finalidade informativa sem que esta esteja necessariamente a serviço de uma influência. Nem toda informação visa intencionalmente a influenciar um auditório (De Souza, 2001, p. 157). As estratégias de linguagem colocadas em jogo visam a

elaborar um discurso capaz não só de transformar as crenças de um auditório, como também de fazê-lo aderir às teses que lhe serão apresentadas.

Várias são as teorias da argumentação. Em termos discursivos, um princípio comum parece fundamental: argumentar é um ato que visa a provocar em um auditório, por meio de um enunciado ou de um conjunto de enunciados, uma relativa adesão a um outro enunciado (tese, conclusão ou inferência) deduzido a partir do primeiro. Esse princípio fundamental identifica a argumentação à retórica e à inferência lógica. A adesão de um auditório à conclusão ou tese defendida depende da *força argumentativa* da lei de passagem e de sua *aceitabilidade*. É, pois, a lei de passagem que constitui o núcleo de toda argumentação.

Para que uma tese consiga a adesão de um auditório, ela necessita, de certa forma, estar em conformidade com as crenças desse auditório ou, *a fortiori*, com o que esse auditório é capaz de admitir como sendo racional.

A relação entre o orador (locutor) e o auditório (receptor) torna-se assim essencial. O orador é, para

Aristóteles<sup>40</sup>, incorporado pelo *Ethos*, pois sua credibilidade é função de seu caráter, de sua virtude e da confiança que o auditório lhe atribui<sup>41</sup>. Este, por si, representa o *Pathos*, simbolizando as paixões que o orador deve considerar em seu auditório a fim de poder suscitar sua adesão. O *logos*, por fim, representa o discurso efetivamente organizado de acordo com a situação para melhor se adaptar a ela e à tese defendida.

Um consenso entre orador e auditório, uma representação comum de crenças, um entendimento compartilhado sobre um objeto constituem parâmetros que justificam a pretensão à validade do argumento.

Conforme De Souza (2001, p. 163), para Aristóteles, esse domínio de conhecimento compartilhado se confunde com o *Topos*, lugar comum onde se encontram e se conciliam orador e auditório. O *Topos* é, pois, a lei de passagem que autoriza a validação do argumento e sua pretensão à validade.

---

<sup>40</sup> Rhétorique: tradução francesa, Ruelle, cf. citado por De Souza (2001, p. 163).

<sup>41</sup> Cf. De Souza (ibid.), a credibilidade do orador está presente em toda teoria da argumentação como um princípio ou como uma estratégia essencial do discurso argumentativo. Tornou-se, inclusive, um tipo de prova, o chamado "Argumento de autoridade", como na teoria de Toulmin (1958), no modelo de Charaudeau (1992), entre outros.

Diante das perspectivas de Ducrot, Perelman e a retórica antiga, a teoria Semiolingüística tenta compreender o fenômeno argumentativo no interior de uma formulação geral da Análise do Discurso. A argumentação não é vista como uma atividade autônoma da língua nem é o seu fundamento. A sua importância, *a priori*, não é maior nem menor que a ocupada pelas atividades narrativa e descritiva, pois é em função do contexto e da finalidade comunicativa que o *sujeito comunicante* - aquele que é responsável por um ato de linguagem - opta entre argumentar, narrar ou descrever. A argumentação corresponde, então, a um modo de realização discursivo como os demais e o seu estudo efetua-se a partir do modo de organização argumentativo.

Esse entendimento preliminar permite melhor aproximação da noção de *argumentação*, postulada por esta perspectiva teórica. Charaudeau alerta que *ela não pode ser identificada com a presença de marcas em uma seqüência de frases ou proposições ligadas por conectores lógicos*. A linguagem humana é bastante dinâmica e permite inúmeras combinações que não comportam marcas explícitas de operação lógica. Sem contar que a argumentatividade se encontra freqüentemente oculta, implícita ao discurso (Menezes, 2001, p. 191).

Charaudeau propõe um modelo da argumentação compreendida como uma espécie de quarta função da linguagem, ou modo de organização do discurso ao lado do *descritivo*, *narrativo* e *enunciativo*, cujos procedimentos semânticos repousam igualmente no consenso social, testemunhando certos valores compartilhados pela comunidade. O dispositivo argumentativo inclui uma tese a ser defendida, um quadro de problematização e um questionamento (explícito ou implícito). Os valores, para Charaudeau (1992, p. 814), são organizados em cinco domínios de avaliação: domínios da verdade (verdadeiro e falso), da estética (belo e feio), da ética (bem e mal), do hedônico (agradável e desagradável) e do pragmático (útil e inútil).

Funcionando como um dispositivo, a construção da argumentação, para Charaudeau, encontra-se inserida em princípios gerais que regulam o discurso. Seu modo argumentativo constrói-se na interação entre esses princípios gerais, as categorias da língua (operações lógicas) e as categorias do discurso (modos de raciocínio, tais como a dedução, a explicação, a analogia, a restrição).

Charaudeau (1998) comenta que o sujeito que argumenta desenvolve três atividades cognitivas: *problematizar*, *elucidar* e *provar*. A primeira, *problematizar* (ibid., p. 10),

corresponde ao *fazer saber*, não somente aquilo que está em questão, mas também o que é preciso que se pense no momento. O sujeito argumentador oferece ao seu interlocutor o meio (mais ou menos explícito) de situar o quadro de questionamento ao qual é preciso relacionar o ato assertivo. Os questionamentos podem se dirigir ao *enunciado* ou à *enunciação*. Quando ele se volta para o enunciado, o interlocutor deverá se interrogar sobre o que é a causa ou a consequência do fato (*Por que isso é assim? Como isso é possível? O que é que isso vai produzir?*). E quando se dirige à *enunciação*, o interlocutor deve se interrogar sobre o que autoriza o locutor a enunciar tal asserção (*Por que você disse isso? Por que você diz isso a mim?*). Assim, *problematizar* é propor-impor um quadro de questionamentos que coloca em oposição duas asserções. E o sujeito alvo é conduzido pelo sujeito argumentador a interrogar-se sobre a validade destas.

A segunda atividade cognitiva desempenhada pelo sujeito argumentador consiste em *elucidar*. Isto é, ele procura *fazer "o outro" compreender* as razões que explicam o estado do *fato* asseverado ou as consequências possíveis deste sobre acontecimentos futuros. Ela pressupõe, então, que o fato seja possível de averiguação e a sua existência não possa estar sob suspeita, pois a argumentação não busca provar a existência do

fato, e sim explicar o seu *porquê* e o seu *como*. "*Elucidar é entrar no universo discursivo da causalidade e não naquele da existencialidade do acontecimento*", como afirma Charaudeau (1998, p. 11).

A terceira atividade cognitiva, *provar*, relaciona-se a um *fazer crer*, fundado no valor da elucidação. Segundo o lingüista (ibid., p. 12), ela possibilita que o sujeito argumentador se *posicione* em relação à *validade das elucidações possíveis* e que, *ao mesmo tempo, ele forneça ao interlocutor os meios de julgar a validade do ato de elucidação a partir da problematização inicial*. Essa atividade compreende *argumentos de ordem empírica, experimental ou estatística, tendo valor ético, pragmático ou hedônico, e um posicionamento do sujeito argumentador em relação ao sistema de valores que circulam na sociedade à qual pertence*.

O desenvolvimento dessas três atividades cognitivas (*problematizar, elucidar e provar*) submete-se a situações particulares das trocas languageiras, onde tem lugar a argumentação. Isto é, elas ocorrem no interior de um determinado tipo de situação correspondente a um contrato de comunicação específico. O contrato apresenta-se, nesta perspectiva, como determinante para o conjunto dos argumentos.

Além disso, no interior do contrato, conforme Menezes (2001, p. 195), o *sujeito argumentador* pode desenvolver estratégias de argumentação específicas. Estas giram em torno de três perspectivas, não exclusivas entre si, mas que se distinguem mais ou menos pela natureza de sua finalidade:

- *Legitimação*: determinar a posição de autoridade do sujeito argumentador, de modo que este possa responder à questão: "*Em nome de quem estou autorizado a argumentar: a) autoridade institucional ou b) autoridade pessoal?*". Esta posição da autoridade pode ser pressuposta e percebida; pode também ser contestada.
- *Credibilidade*: determinar a posição de verdade do sujeito, respondendo a questão: *Como posso ser tomado a sério: a) mantendo uma posição de neutralidade ou b) engajado na escolha dos argumentos e palavras.*
- *Captação*: fazer com que o parceiro entre no quadro argumentativo do sujeito falante, tentando resolver o problema: "*Como fazer para que o outro possa 'ser levado' pelo que eu disse?*". Para isso, o sujeito falante pode adotar objetivos de: a) *polêmica* ou b) *persuasão e dramatização*, quando ele se utiliza de *analogias, comparações, metáforas, etc.*

#### 2.4.4.1 O que é argumentar

A argumentação, conforme Charaudeau (1992, p. 782-785), não pode ser reduzida a uma seqüência de frases ou de proposições ligadas por conectores lógicos. Em primeiro lugar, porque o número de combinações frásicas não comporta as marcas explícitas de operação lógica. Depois, e sobretudo, porque o aspecto argumentativo de um discurso se encontra, freqüentemente, oculto no implícito deste.

Deve-se evitar, ainda, qualquer confusão entre *argumentação* e outros atos do discurso que se combinam freqüentemente com ela, mas têm existência autônoma. É o caso da *negação*, por exemplo. Ela pode consistir somente em rejeitar uma asserção em uma situação discursiva. Mas ela torna-se argumentativa quando o raciocínio do sujeito argumentador envolve uma operação de pensamento para expressar uma convicção e uma explicação destinada a um interlocutor, com o objetivo de persuadi-lo e modificar o seu comportamento.

Para que haja argumentação, é preciso:

- um propósito sobre o mundo, que seja questionado por alguém quanto à sua legitimidade.

- um sujeito que se engaja relativamente a esse questionamento (convicção) e desenvolve um raciocínio para tentar estabelecer uma verdade (seja própria ou universal, trate ela de uma simples aceitabilidade ou de uma legitimidade) sobre esse propósito.
- um outro sujeito que, relacionado ao mesmo propósito, questionamento e verdade, constitui o alvo da argumentação. Trata-se de uma pessoa à qual se dirige o sujeito que argumenta, no desejo de levar ao partilhamento da mesma verdade (persuasão), sabendo que ele pode aceitar (pró) ou refutar (contra) a argumentação.

A partir dessa definição de argumentação, o lingüista conclui que argumentar é uma atividade discursiva que se define por uma relação triangular em que os pólos são um *sujeito argumentador*, uma *tese* sobre o mundo que a faz o objeto de uma busca da verdade e um *sujeito alvo* ao qual é proposta-imposta a argumentação (Charaudeau, 1992, p. 785). Para o sujeito argumentador, essa relação envolve um duplo objetivo:

- *uma busca de racionalidade que possa servir como ideal de verdade* quanto à explicação de fenômenos do universo que não possuam uma única explicação. Neste

caso, o que se apresenta é o *verossímil*, ou o que é aceito como verdadeiro pelas representações *socioculturais* entre os membros do grupo, num jogo de *verdade e universalidade* das explicações;

- *uma busca de influência, como ideal de persuasão*, que consiste em fazer com que o outro (*interlocutor* ou *destinatário*) partilhe um certo universo discursivo, a fim de que este almeje ter o mesmo ideal, tornando-se, assim, um *co-enunciador* discursivo.

Jacobus et al (2001, p. 251) comentam que a presença de um auditório é enfatizada também por Perelman e Olbrechts-Tyteca, no *Tratado da Argumentação* (2000), segundo os quais o contato entre o orador e seu auditório não concerne unicamente às condições prévias da argumentação, mas é essencial a todo o desenvolvimento dessa atividade. Acrescentam que, como a argumentação visa a obter a adesão dos destinatários, ela é, por inteiro, relativa ao auditório que busca influenciar. Concluem os autores que o conhecimento daqueles que se pretende conquistar é uma condição prévia de qualquer argumentação eficaz, pois cabe ao auditório o papel principal para determinar a qualidade da argumentação e o comportamento dos locutores.

Em outras palavras, para que haja argumentação, conforme Charaudeau, é preciso que o sujeito que argumenta se posicione em relação à legitimidade ou não de um propósito sobre o mundo e que se dirija a um sujeito-alvo, com vistas a persuadi-lo.

A argumentação se define, assim, numa relação triangular entre um *sujeito que argumenta*, um *propósito sobre o mundo* e um *sujeito-alvo*.

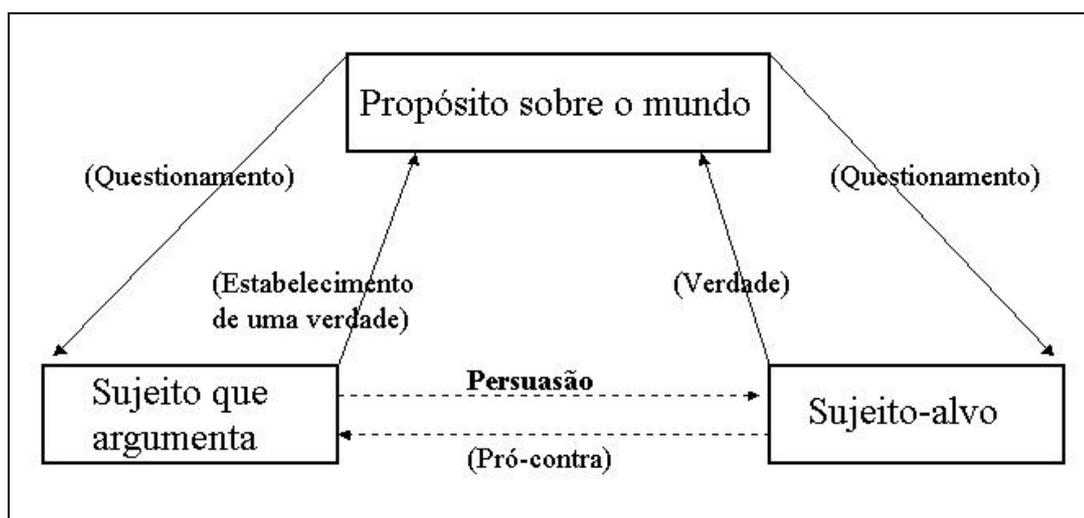


Figura 5: Charaudeau, 1992, p. 784.

#### 2.4.4.2 O ato de argumentar e o dispositivo argumentativo

Charaudeau (1992, p. 803-805) assevera que um processo argumentativo não deve ser confundido nem com uma simples asserção nem com um simples encadeamento lógico de duas asserções.

Para o lingüista, não é o dispositivo argumentativo que determina a forma particular que assume uma argumentação num texto, mas a situação de comunicação em que está inserido o sujeito que argumenta. É em função dessa situação e do projeto de fala do sujeito que serão utilizados os componentes do dispositivo. Os fatores situacionais que intervêm na configuração de uma argumentação sob forma de texto são de duas ordens, conforme se considere a situação de troca e o contrato de fala. A situação de troca pode ser monolocutiva ou interlocutiva (ibid., p. 639 e 809).

A existência de um dispositivo argumentativo não prejudica a forma particular que assume a argumentação num texto. Isso depende da situação de comunicação na qual se encontra o sujeito que argumenta, e é em função disso e do projeto de fala do sujeito que serão utilizados os componentes do dispositivo.

Para Charaudeau (ibid., p. 809), os fatores situacionais que contribuem para configurar uma argumentação sob forma de texto são de duas ordens, conforme se considere a situação de troca ou o contrato de fala.



progressiva. Na situação interlocutiva, o Propósito, a Proposição e a Persuasão são desenvolvidos ao longo de réplicas que se sucedem no curso da troca. O locutor está, de certa forma, à mercê do interlocutor, e vai moldando seu discurso conforme as reações do destinatário. Charaudeau afirma que o contrato de fala fornece as chaves da interpretação de um texto em qualquer ato comunicativo. Quando o texto lembra esse contrato, isto é, precisa a Tese, a Proposição e o Quadro de Persuasão, a argumentação é explícita; quando o texto mascara esse contrato, a argumentação é implícita (Jacobus et al, 2001, p. 252).

A argumentação explícita é freqüente em situação monolocutiva, pois o texto precisa qual é a tese, em que consiste a proposição e qual será o quadro de persuasão. Na argumentação implícita, o texto não precisa qual é o quadro argumentativo. É necessário, então, freqüentemente, interpretar as asserções simples como participando de uma tese, de uma proposição e de um ato de persuasão.

Charaudeau observa ainda que, em toda argumentação, o sujeito é levado a tomar posição em relação ao Propósito, ao sujeito que emitiu o Propósito e em relação a sua própria argumentação. A posição que o sujeito adota frente ao

Propósito depende do saber que possui sobre o Propósito ou de sua opção quanto à veracidade desse Propósito. A posição do sujeito em relação ao emissor do Propósito depende do modo como ele julga esse emissor: pode rejeitar seu estatuto, por conceder-lhe pouco ou nenhum crédito; aceitar seu estatuto, por considerar que tem suficiente autoridade, crédito e saber para participar do quadro de questionamento; ou autojustificar o estatuto, quando o sujeito justifica seu próprio estatuto ou o de outro, enquanto sujeito que argumenta, porque esse estatuto foi questionado. A posição do sujeito em relação a sua própria argumentação depende do tipo de engajamento que ele adota frente a seu próprio quadro de questionamento (refutação, justificação, ponderação).

Ao elaborar suas estratégias enunciativas, o sujeito delimita a situação de enunciação, que se desprende do marco situacional (Charaudeau, 2001b, p. 15). A esse respeito, Jacobus et al (2001, p. 252) comentam que essas estratégias referem-se às atitudes enunciativas que o sujeito falante constrói em função dos elementos de identificação e inter-relação da situação de comunicação e em função da imagem de si mesmo que deseja transmitir e da imagem que quer atribuir ao outro, elaborando um EU e um TU da enunciação que coincidem com esses elementos ou os ocultam. Ele realizará isso mediante

o jogo da modalização do discurso e através da construção dos papéis enunciativos - de ordem elocutiva, alocutiva e delocutiva. No ato elocutivo, o emissor revela sua própria posição em relação ao que diz, fazendo uso de marcas lingüísticas que explicitam essa posição, como pronomes pessoais de primeira pessoa, por exemplo. No ato alocutivo, o interlocutor se encontra implicado na enunciação, isto é, o discurso centra-se no Tu, ao qual é imposto o conteúdo do Propósito. O ato delocutivo é marcado pela impessoalidade, pois o locutor deixa que o Propósito se imponha enquanto tal, não havendo marcas da presença nem do emissor nem do destinatário no ato enunciativo (Charaudeau, 1992, p. 574-575).

A partir dessa concepção da atividade languageira, na interpretação de Jacobus et al. (2001, p. 253), Charaudeau (1998) tira dois importantes ensinamentos no que se refere à argumentação. O primeiro é o de que não há uma maneira ideal de argumentar que seria o parâmetro a partir do qual poderia ser julgada a argumentação, pois o ato de argumentar só pode ser julgado e validado em função das imposições da situação comunicativa e do projeto de fala do sujeito argumentador. O segundo ensinamento é o de que não se deve procurar, a qualquer custo, tipos de textos unicamente argumentativos,

pois os textos são plurais, heterogêneos, constituídos de tipos discursivos diferentes.

A argumentação, portanto, não pode ser concebida como se fosse uma atividade divorciada de qualquer contexto interativo, livre da influência do sujeito argumentador e do sujeito-alvo. Ela diz respeito ao conjunto de parceiros do ato comunicativo, segundo destacam Jacobus et al (2001, p. 253).

Em resumo, todo ato de linguagem integra um projeto global de comunicação, cuja concepção é de responsabilidade do sujeito comunicante. Este elabora, pois, um discurso que é determinado por liberdades e restrições presentes na relação entre os interlocutores e pelo desejo de que o sujeito interpretante se identifique completamente com a imagem de destinatário previamente concebida. Para alcançar seu objetivo, o sujeito comunicante vale-se de estratégias, as quais envolvem a concepção, a organização e a efetivação de suas intenções a fim de produzir efeitos de convicção ou de sedução sobre o sujeito interpretante, de modo a levar este a se identificar com o sujeito destinatário idealizado (Charaudeau, 1983, p. 50). As diferentes estratégias utilizadas pelos sujeitos do ato de linguagem estão subordinadas ao contrato de fala estabelecido entre eles.

A natureza do quadro comunicacional e do contrato de comunicação aparece como absolutamente determinante para a qualidade da argumentação que ali se desenvolve (Charaudeau, 1998, p. 13). Uma vez colocado o quadro de questionamento no interior dos dados do contrato de comunicação, o sujeito argumentador pode desenvolver estratégias de argumentação em função dos objetivos de influência que correspondem a seu projeto de fala.

Esclarecido o quadro de referência teórica deste trabalho, passamos a apresentar algumas considerações sobre o texto jornalístico, gênero discursivo predominante no *corpus* objeto desta pesquisa, que é constituído de textos divulgados diariamente na Agência de Notícias Hoje no BB, o principal veículo *on line* de comunicação interna da Empresa Banco do Brasil.

### 3 O TEXTO JORNALÍSTICO - ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Apresentamos em seqüência algumas reflexões sobre o texto jornalístico, definido como gênero discursivo integrante da língua viva.

Nos textos de imprensa (editoriais, reportagens, comentários), os modos de organização do discurso dominantes, via de regra, são o descritivo, o narrativo e o argumentativo. O modo enunciativo tem um estatuto particular na organização do discurso e está presente na enunciação de cada um dos outros modos, senão vejamos: de um lado, tem por vocação essencial dar conta da posição do locutor relativamente ao interlocutor, a ele próprio e aos outros, oportunizando a construção do aparelho enunciativo; de outro, e em nome dessa mesma vocação, ele intervém na *mise en scène* de cada um dos três modos de organização. É por isso que se pode dizer que esse modo comanda os demais modos. No processo de enunciação, conforme o caso, verifica-se o ocultamento ou intervenção do

jornalista (locutor/enunciador) como estratégia discursiva (Charaudeau, 1992, p. 646), pois os repórteres cumprem pautas com o objetivo de informar as pessoas; escrevem na terceira pessoa e não são responsáveis pelo conteúdo do que noticiam, mas apenas pela fidedignidade da maneira como o noticiam.

Gomes (2000, p. 19) comenta que há algo negligenciado nas reflexões sobre o jornalismo. Antes de registrar, informar, antes de ser colocado pelas condições que o caracterizam (por exemplo, periodicidade, universalidade, atualidade, difusão), o jornalismo é ele próprio um fato de língua. A autora destaca também que “quando pretendemos tomá-lo como estudo no viés das Ciências da Linguagem, devemos levar em conta o seu papel e sua função na instituição social”.

Como fato de língua, seu papel/função primordial será necessariamente aquele que a língua/instituição social implica: o de organizá-lo discursivamente, o que, aliás, é a prática jornalística por excelência. Antes de mais nada, pelo próprio exercício da língua materna dirigido aos leitores/cidadãos, o jornalismo se coloca como confirmação do pacto primeiro, fundado na comunidade estabelecida pelo compartilhamento de uma língua (ibid., p. 20).

Em segundo lugar, pela concentração em certos temas, o jornalismo funcionará como confirmação da aliança social. A palavra consignada precisa ser lembrada como forma de atualização do pacto instituído. O pacto precisa ser reiterado permanentemente para que se sustente e, se o jornalismo se caracteriza pela periodicidade, essa periodicidade, como repetição que é, está sempre a serviço dessa reiteração, da recolocação do pacto social (ibid.).

Para Bakhtin (2000, p. 279), há um vínculo orgânico entre a utilização da língua e a atividade humana. Todas as esferas da atividade humana estão sempre relacionadas com a utilização da língua. E a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados que emanam de integrantes de uma ou de outra esfera da atividade humana. Assim, se queremos estudar o dizer (o discurso), temos sempre de nos remeter a uma ou outra esfera da atividade humana, porque não falamos no vazio, não produzimos enunciados fora das múltiplas e variadas esferas do agir humano. Nossos enunciados (orais ou escritos) têm, ao contrário, conteúdo temático, organização composicional e estilos próprios correlacionados às condições específicas e às finalidades de cada esfera de atividade. Em outros termos, o que é dito (o todo do enunciado, isto é, a ligação indissolúvel de forma e conteúdo) está sempre relacionado ao

tipo de atividade em que os participantes estão envolvidos. O pressuposto básico da elaboração de Bakhtin é que o agir humano não se dá independente da interação; nem o dizer fora do agir. Nesta teoria, estipula-se que falamos por meio de gêneros no interior de determinada esfera da atividade humana. Falar (escrever) não é, portanto, apenas atualizar um código gramatical num vazio, mas moldar o nosso dizer às formas de um gênero no interior de uma atividade.

O jornalismo constitui-se de um conjunto de gêneros textuais que se elabora como discurso discorrendo sobre a realidade. A descrição do jornalismo enquanto gênero de discurso permite uma primeira aproximação à maneira específica como reflete e ao mesmo tempo refrata a realidade. A especificidade desta reflexão/refração se define num processo condicionado por sua construção, pela forma do discurso, mas também por uma outra variável que não é menos fundamental: a sua utilização pela sociedade. Como propõe Barbero (1995, p. 64), o gênero não é algo que se passa no texto, mas algo que passa pelo texto. O gênero não é só uma estratégia de produção, de escritura, é tanto ou mais uma estratégia de leitura. Dessa forma, o autor considera que a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação, mas um lugar novo para repensar o processo inteiro da comunicação. A partir

deste lugar, procura superar os limites de um "modelo mecânico" de análise dos meios, sustentado em uma epistemologia condutista, segundo a qual a iniciativa da atividade comunicativa está toda colocada no lado do emissor, enquanto do lado do receptor a única possibilidade seria a de reagir aos estímulos que lhe envia o emissor.

Como o discurso histórico, o jornalismo é fundamentalmente assertivo e constativo, como se os fatos relatados estivessem ligados lingüisticamente a um privilégio de ser: conta-se o que passou, não o que ainda não aconteceu ou o que é duvidoso. Ora, assertivo/constativo é justamente a estrutura do discurso da referencialidade, aquele em que o jogo de eu a tu é eliminado em prol de um efeito de real<sup>42</sup> impoluto (ibid.).

Essa ausência da referencialidade (jogo de eu a tu) faz pensar os fatos como contando-se por si próprios. Esse é o suposto da objetividade, em que o jornalista, jornal, fontes, condições técnicas, discurso corrente (ideológica ou politicamente correto) e, enfim, a própria língua, não interviriam jamais.

---

<sup>42</sup> Cf. Barthes (1970), *efeito de real* é o termo empregado para designar o resultado das estratégias dos discursos realistas, aqueles que, na busca de testemunho para o seu testemunho recorrem a uma realidade em cuja construção colaboram. Essa é a prática jornalística por excelência, mas não sem algumas implicações, citado por Gomes (2000).

O princípio balizador da referencialidade encontra sua melhor expressão nestas palavras: "o real concreto se torna a justificativa suficiente do dizer" (Barthes apud Gomes, 2000, p. 24). Diz respeito a um sistemático esquecimento da ordem simbólica, e de si próprio como imerso nesta ordem, para enaltecimento de um real como auto-suficiente, como não mediatizado, na suposição de pura concretude. É assim que todas as matérias jornalísticas estarão sempre calcadas ora em citações, ora em entrevistas. Trata-se do recurso aos sinais de marcação da remetência ao real.

Essas observações que se fazem sobre o discurso realista nos permite a aproximação a dois tipos de *shifters* que são marcantes na estrutura frástica do jornalismo. Por meio deles, podemos identificar estes lugares da língua nos quais o jornalista, ou o jornal, "se embraia" para realizar seu projeto de referencialidade (Gomes, 2000, p. 64).

O primeiro tipo assemelha-se ao que poderíamos chamar de "embraiadores" de escuta. Essa categoria foi tomada, em nível da língua, por Jakobson, sob o nome de testemunhal<sup>43</sup> Além do fato contado, o discurso menciona também o ato do informador e

---

<sup>43</sup> 1982. Testimonial: *Le discours de l'histoire*, citado por Gomes (2000).

a palavra do enunciante referido, as fontes, os testemunhos, toda a referência a uma escuta.

O segundo tipo de *shifters* cobre todos os signos declarados pelos quais o enunciador, na ocorrência histórica, organiza seu próprio discurso, retoma-o, modifica-o no curso tomado, em uma palavra, aí dispõe retomadas explícitas (ibid.). Trata-se, portanto, de uma referencialidade ao próprio enunciador enquanto organizador de um discurso coerente, verossímil e verificável.

Gomes enfatiza que "o corte simbólico, a barra entre signo e referente, nos mostra a impossibilidade de os fatos falarem por si próprios e os *shifters*, os lugares constituídos pela língua, nos falam de um sistema dado no qual a pessoa vem se realizar". Assim, é somente como articulação imaginária que tal objetividade pode ser pensada.

Em nível de discurso, a objetividade - ou carência dos signos do enunciador - aparece assim como uma forma particular de imaginário, o produto disso que poderíamos chamar de ilusão referencial, pois aqui o historiador pretende deixar o referente falar por si próprio (Barthes apud Gomes, 2000, p. 66).

No jornalismo impresso, contam-se os fatos de um terceiro por meio do verbo na terceira pessoa, em virtude da impessoabilidade. Tudo se passa como se não houvesse nenhuma colocação de valores ou hierarquização. Contudo, há sintagmas que delatam a falsidade desse distanciamento. No caso do jornalismo, pode-se isolar os termos que remetem a uma posição de chefia e poder da qual o jornal se torna o porta-voz e guardião: guardião do poder preservando-o, guardião do poder fiscalizando-o. E isso nada tem a ver com a isenção de uma impessoabilidade (Gomes, 2000, p. 66).

Pensamos que não se pode falar em um só discurso jornalístico, porque há, além do discurso jornalístico dominante, outros que constroem versões divergentes, embora menos visíveis, da realidade. Melhor, então, seria dizer que o jornalismo é uma forma de conhecimento que parte da singularidade dos fatos para a universalidade, construída sobre o senso comum e recorrendo, sempre de forma indireta, aos discursos particulares dos conhecimentos instituídos. No entanto, o discurso jornalístico não é neutro - até porque se teria que definir o eixo dessa neutralidade - nem imparcial - porque se teria que definir o eixo dessa imparcialidade entre as posturas parciais possíveis. Procura, todavia, ser objetivo, sendo esta objetividade uma exigência formal. Charaudeau

(1997) afirma que a oposição "descrição dos fatos/comentários dos fatos" resolve-se numa complementaridade que encontra a sua razão de ser numa das finalidades do *contrato* entre o jornal e o leitor: o objetivo de *fazer saber* precisa de credibilidade para ser realizado. Não se pode informar se não se estiver em condições de dar, simultaneamente, garantias de veracidade da informação que se transmite.

Quando falamos/escrevemos, não somos totalmente livres, pois procedemos por escolhas dentro de um repertório comum previamente dado. Não podemos criar fonemas, mas podemos jogar com a criação de palavras e de sentidos. Assim, temos um campo, "lugar das palavras", ao qual se aplicam nossas escolhas sobre léxico e regras, e um outro que diz respeito à realização, ao arranjo dessas escolhas numa série pela qual se constitui a cadeia falada: um campo virtual e um atual (Gomes, 2000, p. 35).

"Na realidade, o ato de fala, ou, mais exatamente, seu produto, a enunciação, não pode de forma alguma ser considerado como individual no sentido estrito do termo, não pode ser explicado a partir das condições psicofisiológicas do sujeito falante. A enunciação é de natureza social." (Bakhtin, 1995, p. 109)

Algumas das proposições de Charaudeau - como a do duplo circuito comunicativo, por exemplo - contribuem para

relativizar dois papéis comumente atribuídos a uma modalidade particular do discurso midiático: o jornalístico. Esses dois papéis ocupam pólos extremos: um primeiro privilegia seu caráter *transmissivo*, elegendo-o lugar de reprodução ou de ressonância de um discurso pertencente a uma outra instância; outro superestima seu poder de determinar os diferentes domínios da experiência e da vida social, transformando-o numa espécie de filtro ou lente que detém o poder, de não apenas induzir ou forçar os sujeitos a uma compreensão unívoca dos acontecimentos, mas de fazê-lo de maneira auto-suficiente.

Em contraposição ao “modelo mecânico” de intercâmbio, modelo em que comunicar é fazer chegar uma informação, um significado já pronto, já construído, de um pólo a outro, no qual a recepção é um ponto de chegada daquilo que já estava concluído, há o “lugar da recepção” que propõe o receptor como sujeito do processo comunicativo e leva em consideração a mediação deste sujeito na produção de sentido. Esta perspectiva, segundo Mattelart e Mattelart (1989, p. 201), faz o reconhecimento do sujeito e da pertinência de uma teoria que parte das percepções deste último, de sua subjetividade, que acolhe as vacilações da significação, que entrevê a comunicação como um processo dialógico onde a verdade, que não será nunca mais a mesma, nasce da intersubjetividade.

"A linguagem, lugar da intersubjetividade, entendendo-se aí não a simples relação entre um sujeito e outro sujeito, mas a relação assimétrica pela qual, antes de mais nada, o sujeito se relaciona ao outro, à lei que a linguagem veicula, passa a ser o elemento fundamental da qual o sujeito depende. Assim, não constitui em relação a este sujeito uma exterioridade manipulável, ao contrário, é nela que se desfaz o sujeito falante." (Freitas, 1992, p. 82)

A consideração da intersubjetividade, ao tomar o discurso, enquanto uso da linguagem, como forma de interação social, propõe uma alteração nos critérios de aferição de verdade no conhecimento: desloca este critério tanto da objetividade ideal (critério dominante no paradigma positivista) quanto da subjetividade (critério dominante no paradigma ideológico) e o recoloca na prática que contém as duas, e só pode ser compreendida num mundo interpessoal de interações públicas (Toulmin, 1994, p. 27). Na perspectiva da intersubjetividade, o discurso não se torna objetivo pela postura de seu ator, mas quando é exteriorizado por este autor e assim passa a fazer parte de uma realidade concreta e exterior a ele. Neste ponto de vista, a objetividade não teria nenhuma relação necessária com a verdade. Para Bakhtin (1995, p.118), o pensamento não se objetiva negando a sua subjetividade, ele só se objetiva materializando-se na ação, intervindo no concreto:

"Enquanto a consciência permanece fechada na cabeça do ser consciente, com uma expressão embrionária em forma de discurso interior, o seu estado é apenas de esboço, o seu raio de ação ainda limitado. Mas, assim que passou por todas as etapas de objetivação social, que entrou no

poderoso sistema da ciência, da arte, da moral e do direito, a consciência torna-se uma força real, capaz mesmo de exercer em retorno uma ação sobre as bases econômicas da vida social.”

Na teoria da argumentação, a intersubjetividade substitui a objetividade (o formal, que sustenta a objetividade científica e a objetividade jornalística) como critério de aferição de verdade. A intersubjetividade é o parâmetro lógico que estabelece e ao mesmo tempo limita a relatividade de todo o conhecimento. Ao contrário da objetividade, porém, o parâmetro da intersubjetividade não é fixo nem arbitrário. Existem diversos níveis de intersubjetividade - diversos auditórios - que estabelecem diversos parâmetros de validade (como a ideologia, a cultura), alguns mais universais que outros. Em cada auditório podem coexistir diversos campos de validação de argumentos, cujos critérios eventualmente se contradigam (o filosófico e o religioso, as diferentes disciplinas científicas). E tanto estes auditórios quanto estes campos variam no espaço e no tempo, são construções não apenas sociais, mas também históricas.

Os diferentes auditórios implicam diferentes tipos de argumentação. Conforme a classificação de Perelman (1977, p. 37), o discurso do jornalismo é um discurso convincente, não um discurso persuasivo como seria o pedagógico:

“Em vez de considerar que a persuasão se dirige à imaginação, ao sentimento, numa palavra, ao autômato, e que o discurso convincente faz apelo à razão, em vez de as opor uma à outra, como o subjetivo ao objetivo, pode-se caracterizá-las, de uma forma mais técnica, e também mais exata, dizendo que o discurso dirigido a um auditório particular (a um campo finito de significação) visa persuadir, enquanto que o que se dirige ao auditório universal visa convencer. (...) Um discurso convincente é aquele cujas premissas e cujos argumentos são universalizáveis, isto é, aceitáveis, em princípio, por todos os membros do auditório universal.”

Ainda conforme Perelman (*ibid.*, p. 41), a finalidade da argumentação não é a mesma da demonstração, provar a verdade da conclusão a partir da verdade das premissas, mas transferir para as conclusões a adesão concedida às premissas. A retórica da notícia se baseia em transferir para os fatos novos que traz à tona a adesão do público à realidade dominante. É um tipo de retórica mais fácil de detectar no discurso - no uso da linguagem - do que na forma lingüística em si. E é este artifício que garante a sua eficácia: uma figura é argumentativa se o seu uso, implicando uma mudança de perspectiva, parece normal em relação à nova situação assim sugerida. Pelo contrário, se o discurso não implica a adesão do auditório, a figura será percebida como ornamento, figura de estilo, permanecendo ineficaz como meio de persuasão (*ibid.*).

No campo de estudos do discurso, van Dijk relaciona a retórica da notícia à sua intenção pragmática, enquanto ato de fala:

"No nível cognitivo-semântico, desejamos que as pessoas entendam o que dizemos sobre certos acontecimentos e situações. Quer dizer, desejamos enviar uma mensagem ao outro lado. (...) Pragmaticamente, também temos a intenção de que ocorra algo parecido para o ato de fala que desenvolvemos mediante a expressão desses significados subjacentes: desejamos que nosso parceiro de conversa compreenda que o que dizemos teve uma intenção de ser uma afirmação, um pedido ou uma ameaça. (...) Também queremos que ele ou ela aceite o que dizemos, ou seja, creiam em nossas afirmações, realizem as ações solicitadas e executem nossas ordens. Em termos pragmáticos, nossos atos de fala não só devem desempenhar funções ilocutivas, mas também efeitos perlocutivos. Em termos retóricos, ou do estudo da comunicação da fala, isto significa que nos achamos implicados num processo de persuasão." (van Dijk, 1996, p. 123-124)

Nas notícias, predomina o ato de fala assertivo. A dimensão perlocutiva ou persuasiva que apóia estas intenções na prática é a formulação de significados de uma maneira tal que não só se entendam, mas que também se aceitem como verdade ou pelo menos como possível verdade. Nesse sentido, van Dijk (ibid., p. 125) propõe que a dimensão persuasiva do texto não implica necessariamente uma argumentação aparente: os argumentos explícitos ou implícitos influem no trabalho cognitivo que realizamos quando consideramos a aceitação de uma proposição afirmada pelo falante.

Pode-se dizer que o jornalismo objetivo não argumenta apenas do ponto de vista formal, uma vez que a sua forma não apresenta as premissas enquanto tal (a arquitetura do argumento aparece de maneira incompleta). No entanto, elas estão presentes nos pressupostos que o jornalista, baseado no senso comum, supõe serem conhecidos do auditório a que se dirige. A suposição é quase sempre eficaz na medida em que o senso comum, sendo intersubjetivo, é em grande parte compartilhado pelo produtor da notícia e seu público. Todavia, ela por vezes falha, porque o senso comum é também o mercado das trocas ideológicas e a linguagem natural sua moeda corrente. Partindo de premissas retiradas necessariamente do senso comum, a argumentação da notícia parte do que o auditório já sabia, ou se supõe que sabia. Em virtude disto, a novidade contida numa notícia é limitada. Como propõe van Dijk, esta novidade é a ponta de um *iceberg* de pressuposições e, em conseqüência, da informação previamente adquirida:

“Quando consideramos a quantidade de conhecimentos e crenças necessários para interpretar as orações e seqüências de orações, os discursos reais acabam assemelhando-se muito ao modelo do *iceberg*: só a informação da parte superior é visível como informação expressa no discurso mesmo. A maior parte da informação restante é compartilhada pessoal ou socialmente e está cognitivamente representada pelos usuários da linguagem e, em conseqüência, pode permanecer implícita no texto e pressuposta pelo falante.” (van Dijk, 1996, p. 96)

Esta constatação sugere que o conhecimento proporcionado pelo jornalismo tem um duplo papel na construção do senso comum, em que a revelação da novidade refere-se a apenas um aspecto. A compreensão da notícia envolve, conforme o autor, o processamento de grandes quantidades de informação estruturadora, repetida e coerente, que sirva como base para ampliações mínimas e outras mudanças em nossos modelos do mundo. Por outro lado, a revelação da novidade é um dado estrutural da retórica do jornalismo - a conclusão a que conduz a sua argumentação.

A seguir, apresentamos breves comentários sobre a especificidade do texto jornalístico *on line* e algumas características do contrato que o sobredetermina.

### **3.1 O texto jornalístico *on line***

Certamente, há empresas que compreendem a importância da mídia para a realização de negócios e o estreitamento dos laços com seus públicos. No ambiente político, no mundo dos negócios, é cada vez mais importante conquistar e cultivar uma boa imagem.

Na sociedade contemporânea, a imprensa tornou-se inegavelmente uma instituição de forte concentração de prestígio e de potência política. De acordo com Marcondes (1994), as inovações tecnológicas introduzidas nas sociedades industrializadas mostram que a imprensa ampliou seu campo de ação, de tal forma a equiparar-se em importância ao Estado e a outras instituições políticas e sociais.

Admitir o poder da mídia não significa aceitar que a imprensa pode tudo, ou que seja capaz de impingir qualquer mensagem ao público. É importante reconhecer o poder exercido pelos meios públicos de comunicação, mas convém apenas não superestimá-los (ibid.). Os receptores (leitores) vivem experiências diferenciadas, estão à mercê de outras forças de persuasão e constroem o seu próprio referencial de leitura crítica do que ouvem, lêem ou daquilo a que assistem. Vivem, ainda, o estresse, ou a fadiga, diante do excesso de informações que circula na sociedade.

Nos últimos anos, uma outra forma de fazer jornalismo ganhou espaço, investimentos e acentuada importância entre as mídias de imprensa: o jornalismo *on line* (Banco do Brasil, 2001, p. 15). Quando pensamos em jornalismo *on line*, abre-se um grande leque de possibilidades de análise, conceituação e

abstrações em torno do assunto. É vasto, é novo, é mutante. Os conteúdos e papéis dos diversos produtos de mídia estão mudando. O desafio atual tem sido o de explorar os melhores instrumentos e descobrir a linguagem adequada para a comunicação na era digital.

A possibilidade da transmissão em tempo real suscita uma questão que deve (ou pelo menos deveria) preocupar os estudiosos do jornalismo *on line* e, conseqüentemente, os profissionais de jornalismo: a *precisão da informação*. Acredita-se que modelos que têm uma preocupação crescente com a atualização da informação vão prevalecer. Mas um modelo que nos chama muita atenção é aquele que tem a capacidade de transformar a informação pura e simples (e em abundância) em conhecimento imprescindível, o que podemos chamar de *informação criativa*.

A prática do jornalismo *on line* é uma atividade ainda bastante experimental que ainda está em busca de uma linguagem própria. Moherdauí (2001) comenta que também no jornalismo *on line* o bom senso e a ética devem prevalecer. Além disso, é preciso também perguntar se o leitor lê tudo isso que está no ar.

As agências de notícias têm quadro próprio e produzem noticiário em tempo real. À medida que os fatos vão acontecendo, o terminal do usuário recebe as principais notícias, geralmente curtas, com no máximo três parágrafos. São pequenos *flashes*, sem aprofundamento. Em geral, as notícias *on line* têm valor de troca e visam a uma contrapartida, um resultado prático imediato: influenciar o mercado financeiro, mudanças no poder, realçar a força da marca, os rumos dos negócios entre grandes empresas, etc. (Banco do Brasil, 2001, p. 17). As características básicas da informação jornalística continuam sendo a síntese, a precisão e a facilidade de assimilação dos conteúdos, seja qual for o meio de comunicação.

Para um melhor aproveitamento das notícias, a informação enviada às redações deve ter boa qualidade de conteúdo e forma (texto claro, objetivo, preciso, direto e conciso), ou seja, conter atributos essenciais da informação jornalística. Destacamos alguns, como os mais importantes (*ibid.*, p. 33):

- vínculo forte com a atualidade;
- proximidade com a realidade do público destinatário;
- ênfase na notoriedade de pessoas, lugares, datas e temas;

- valorização das conseqüências (do fato) para a vida das pessoas;
- clara delimitação de eventuais conflitos existentes;
- acentuação do caráter utilitário da informação (interesse público).

O texto da notícia deve ser curto, conciso, o que não implica que não se possam oferecer diversos níveis de informação. Sempre é bom ressaltar o texto claro, conciso, a ética, o planejamento da audiência que se pretende atingir. Quando é possível reunir todos esses atributos num só texto, então provavelmente estaremos diante de um conteúdo jornalístico de alta relevância, apto para conquistar espaço nobre, ou seja, quanto mais rica em atributos jornalísticos é uma informação, maior o seu nível de interesse (ibid.).

Se ao jornalismo é vetado o falar em primeira pessoa, este fato se dá não tanto em nome de objetividade, largamente comprometida se seguirmos a lógica do signo até seu limite, mas porque esse poder que se funda na língua-mãe, e organiza o campo do social em nome de todos, não pode falar nem ser reiterado ou lembrado como individuação, uma vez que é reafirmação/rememoração da palavra consignada por todos. É pela mesma razão que se notará a presença constante de

sujeitos coletivos no jornalismo (Gomes, 2000, p. 20). O jornalismo *on line*, sendo basicamente uma transposição do jornalismo impresso, também se encaixa na mesma concepção.

Assim, no fundamento da dimensão simbólica que determina a troca e a comunicação, há uma função própria da linguagem: a de produzir o humano, o sujeito falante, função que faz significar. (ibid., p. 99).

Concluindo, a linguagem é o lugar que permite a troca significada na comunicação, não sendo, por isso mesmo, o instrumento da comunicação, pois vai muito além da mensagem comunicada.

#### **4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Estamos chegando ao esgotamento do ideal de ciência imposto pelo neopositivismo, cujo postulado de verificabilidade ditava a perspectiva metodológica da investigação científica e definia o que era ciência. Sobre essa questão, Marcuschi (2001, p. 23) comenta que "observa-se uma guinada significativa que vai da quantidade para a qualidade; da forma para a função; da unidade analítica para o indivíduo; do experimento controlado para a observação de dados autênticos; da significação imanente para a contextualização". A noção mais importante neste momento é a que sugere serem os fatos da língua uma construção social e não um dado objetivo, independente e extrínseco ao indivíduo.

Descrever e analisar um objeto pressupõe, além de sua delimitação como objeto de estudo, o estabelecimento de categorias analíticas não só relevantes para a problemática

estabelecida, mas também condizentes com a natureza desse objeto. Em outras palavras, a geração de conhecimentos sobre algo exige recortes no mundo real nada triviais e essencialmente provisórios: tais recortes permanecem enquanto persistirem as finalidades analíticas que os ensejaram.

Para Marcuschi (ibid.), é importante ter-se presente que a noção de metodologia só opera eficazmente na relação com um bom problema e uma boa teoria. Assim, dois pressupostos subjazem a estas análises: (1) rejeição à dicotomia estrita entre qualidade e quantidade e (2) crença na postura indagativa como fundadora do conhecimento. O dilema, segundo o lingüista, não está em escolher entre uma perspectiva qualitativa, ou quantitativa, uma análise estrutural ou significativa, uma observação micro ou macro e assim por diante. O problema está em saber o que se pretende com a investigação.

A constituição do *corpus* desta pesquisa se deu através da seleção de textos divulgados na Agência de Notícias Hoje no BB, informativo diário de comunicação interna, *on line*, do Banco do Brasil.

Os procedimentos de análise do *corpus* estão ancorados na teoria Semiolingüística de Patrick Charaudeau (1983, 1992 e 2001). Para Charaudeau (1999, p. 32-34), é preciso admitir que há várias maneiras de analisar o discurso. Há várias formas de se proceder a classificações, e cada classificação revela um ponto de vista, critérios e opções daquele que classifica. Toda tipologia é, por assim dizer, subjetiva. Charaudeau, por sua vez, busca definir problemáticas do estudo do discurso a partir de três parâmetros: o *objeto* de estudo que cada uma das problemáticas constrói, o tipo de *sujeito* do discurso que ela concebe e o tipo de *corpus* que ela organiza.

O autor percebe três grandes problemáticas, não necessariamente correspondentes às teorias que lhe são associadas, muitas delas se servindo atualmente de mais de uma dessas problemáticas, a saber:

- 1) *uma problemática dita cognitiva e categorizante*: aqui, o objeto de estudo é considerado como um conjunto de mecanismos discursivos: trata-se, pois, de analisar a existência e os modos de agenciamento desses mecanismos no interior de uma produção discursiva qualquer (texto ou enunciados aleatórios) - é o caso quando se estudam, por exemplo, os jogos de coerência e coesão em um texto, assim como certas palavras do

discurso (conectores, modalidades). Trata-se, também, de descrever o modo de funcionamento desses mecanismos e, em particular, seu modo de produção - é o caso dos trabalhos de certos psico-cognitivistas da linguagem que buscam determinar percursos "down" ou "up" de realização de esquemas, *scripts* e roteiros na organização discursiva. Em ambos os casos, obtêm-se categorias instrumentais de análise que servem para analisar ou produzir configurações discursivas. Essa problemática dá lugar a modelos que tentam pôr em correspondência a macroestrutura textual com o conteúdo sobre representação do acontecimento;

- 2) *uma problemática dita comunicativa e descritiva*: aqui, o objeto de estudo é empírico, ou melhor, ele é determinado (todo objeto de estudo é o resultado de uma construção elaborada em função de um certo número de parâmetros) pela observação (mais ou menos ingênua) das manifestações do mundo fenomenal. Desse modo, conforme Charaudeau (1999, p. 33-34), "pode-se observar que os comportamentos dos indivíduos nos seus atos de interação social são mais ou menos recorrentes, o que fundamenta a hipótese de que eles estão submetidos a certas condições de realização e que obedecem a certas regras, o que autoriza a constituí-los em objeto de análise". Assim, existem

atos de comunicação que se pode determinar em função de um certo número de variáveis: a *identidade* dos parceiros da interação, a *finalidade* acional (*but*) da situação em que eles se encontram (praxeologia situacional), as *circunstâncias materiais* da comunicação. O objeto de estudo que se obtém nesse tipo de empiria se estruturaria em "tipos ideais" (cf. Charaudeau: no sentido durkheimiano) de comunicação a partir, e no interior, dos quais são descritas as características discursivas correspondentes a cada um deles. Uma tal abordagem resulta, entre outras coisas, no estabelecimento de diversas tipologias ditas de discurso, de textos, de gêneros, ou de situações comunicativas, mas pressupõe também uma teorização desses tipos ideais de comunicação. Essa problemática pode ser chamada descritiva, já que ela visa a descrever estes tipos ideais de situação comunicativa. Trata-se, porém, de uma descrição "construtivista", visto que a realidade comunicativa é apreendida como uma construção ao mesmo tempo histórica (ela depende do que foi construído anteriormente), e existencial (ela é operada em um dado instante por atores individuais e coletivos). Em conseqüência, essa realidade social, ao mesmo tempo que reproduz parte do que recebe como herança, se transforma e inventa novas

formas de comunicação, num movimento dialético de "internalização do exterior" e de "externalização do interior". Isso dá lugar a modelos de representação da situação empírica de trocas comunicativas em relação com modelos de organização discursiva (gêneros e tipologias);

- 3) *uma problemática dita representacional e interpretativa*: trata-se de assinalar aqui que a realidade social é objeto de uma construção significativa através de uma atividade mental consistindo, por si mesma, em produzir discursos de racionalização, de explicação e de justificação dessa realidade e que faz com que esta se constitua como real. É construída assim uma "consciência social" do sujeito, consciência essa que não é necessariamente consciente e que o sobredetermina parcialmente. O objeto de estudo dessa problemática é definido através de hipóteses sobre a existência de representações sócio-discursivas dominantes em um dado momento de uma sociedade (elas seriam, pois, sócio-históricas) e caracterizando um ou outro grupo social. Elas são, portanto, interpretativas, já que é necessário possuir, *a priori*, uma hipótese sobre o que são os "posicionamentos sociais", assim como sobre a relação

destes com as "práticas discursivas" e com os "tipos de sujeitos" correspondentes.

A metodologia de análise nesta investigação situa-se, de forma predominante, na *problemática dita comunicativa e descritiva*.

Nos tipos de textos que analisaremos, os componentes situacionais - situação monolocutiva - são a não-presença dos parceiros, contrato de não intercâmbio, contexto comum e canal gráfico informatizado. Os parceiros não são apresentados fisicamente um ao outro. O locutor (sujeito comunicante) encontra-se numa situação na qual não pode perceber imediatamente as reações do leitor (sujeito interpretante), podendo apenas imaginá-las. Ele não está, então, à mercê delas e pode organizar o que quer dizer de maneira lógica e progressiva.

Para atingir os objetivos propostos, adotaremos o procedimento de análise que observará a seguinte organização:

- 1) Para descrever a situação de comunicação (marco situacional) na qual se encontram os parceiros da troca linguageira (EUC/TUi) participantes da relação contratual, verificaremos: a identidade dos

protagonistas de intercâmbio do contrato de comunicação; a finalidade do ato de comunicação (fim discursivo) implícita no projeto de fala do locutor; o propósito do ato de linguagem (tematização); as circunstâncias materiais: situação de comunicação monolocutiva.

- 2) Para descrever as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciativa, recorreremos às atitudes enunciativas utilizadas pelo sujeito enunciador na modalização do discurso e na construção dos papéis enunciativos, configuradas através de categorias lingüísticas como: a pessoa; os atos locutivos: *alocutivo*, *elocutivo* e *delocutivo*; as modalidades enunciativas.
- 3) Para descrever as estratégias de *mise en scène*, de ordem enunciatória, abordaremos o modo de organização argumentativo, analisando: o dispositivo argumentativo que se configura através do Propósito (tese), da Proposição (Quadro de questionamento) e da Persuasão (Quadro de raciocínio persuasivo); os procedimentos da lógica argumentativa: os modos de raciocínio; os procedimentos discursivos do ato de argumentar (*mise en argumentation*); as categorias lógico-lingüísticas.

Conhecido o aparato teórico-metodológico que embasa esta investigação, apresentamos, na seqüência, a análise discursiva realizada em quatro textos integrantes do *corpus* da pesquisa.

## **5 ANÁLISE DO CORPUS**

Inicialmente, apresentamos uma síntese sobre os fundamentos e objetivos da Agência de Notícias, um dos instrumentos idealizados (o principal deles) para agilizar o fluxo de informações entre os diversos órgãos internos do Banco do Brasil e seus funcionários.

A Agência de Notícias, como instrumento de comunicação interna do Banco do Brasil, tem como principal objetivo disseminar entre os funcionários o entendimento conjuntural e específico das ações da Empresa e "influenciar atitudes e comportamentos favoráveis à execução das metas" (Agência de Notícias: manual de redação, 1999, p. 4).

O fundamento que norteia as ações da Agência de Notícias é a convicção de que o êxito no alcance das metas está também relacionado às condições oferecidas aos funcionários para

assimilarem orientações, buscarem o melhor atendimento ao cliente e atuarem na busca de resultados (ibid., p. 13).

O manual de redação da Agência de Notícias (1999) orienta sobre procedimentos textuais e uso da linguagem nas matérias que veicula: "as matérias devem ser curtas, objetivas e abrangentes, preferencialmente com o máximo de três parágrafos de cinco linhas cada um". A Agência de Notícias atua com foco na informação e adota o texto jornalístico, que possui características próprias que o "tornam claro, preciso, direto, objetivo e conciso" (ibid., p. 10).

A Agência de Notícias privilegia os critérios de importância, utilidade (que possa atingir maior número de pessoas), ineditismo e apelo (curiosidade que possa despertar no público). As matérias "devem fugir da impessoalidade e da frieza dos relatórios e das normas técnicas". Devem veicular impressões, opiniões e observações dos protagonistas dos fatos, que contribuem para aumentar a credibilidade da informação e melhorar o grau de comunicação. Os textos devem apontar a abordagem técnica, com base nos fatos apresentados (ibid.).

A Agência de Notícias está dividida em cadernos, que permitem categorizar a informação, facilitando o acesso para o usuário. *Hoje no BB* é o carro-chefe. Divulga notícias gerais e informações relevantes sobre o Banco, como desempenho, produtividade, planos e políticas, estratégias, produtos e serviços, atendimento ao cliente, segurança e negociações trabalhistas.

### Texto 1

#### SAIBA MAIS SOBRE CONTROLES INTERNOS E COMPLIANCE

1 Você sabe o que são Controles Internos? E *Compliance*? Pois é bom ir se acostumando  
2 com estes termos, porque o Banco está implementando o Programa Controles Internos e  
3 *Compliance*. O objetivo é aperfeiçoar o sistema de controles do Banco e disseminar a  
4 cultura do controle pela Empresa. Para isso, estão sendo desenvolvidas ações de  
5 comunicação e de treinamento. Assim, o BB também atende a determinação do Banco  
6 Central e segue tendência que se observa nas instituições financeiras em todo o mundo.

7 Controles Internos são procedimentos que visam garantir que o Banco alcance seus  
8 objetivos. Estratégias, políticas e diretrizes de cada área de atuação, manuais, acordos de  
9 trabalho, programas de treinamento, Código de Ética, informações financeiras e  
10 gerenciais e os programas de segurança e contingência são exemplos de ferramentas de  
11 controle.

12 *Compliance* quer dizer conformidade, aderência. A palavra em inglês é utilizada no  
13 mercado, por todos os bancos do Brasil. "Estar em *compliance*" significa que os  
14 negócios, produtos, serviços e processos são executados de acordo com as leis e  
15 regulamentos aplicáveis, com as exigências da supervisão bancária e com as normas e  
16 procedimentos internos.

17 Para Rubens Rodrigues Filho, superintendente executivo da Unidade Controles  
18 Internos, é importante compreender o significado desses conceitos. "Estamos criando  
19 procedimentos sistematizados para que cada Unidade, cada dependência do Banco,  
20 implemente a função *Compliance* por intermédio da auto-verificação de seus processos e  
21 dos riscos envolvidos".

**EXERCÍCIO DE ANÁLISE****1 Nível Situacional**

**Situação:** Texto informativo divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB.

**Identidade dos protagonistas (EUc/TUi):** Agência de Notícias/Funcionários.

**Contrato de fala:** 1. O locutor (Agência de Notícias): encontra-se em posição de quem detém um saber-fazer.

2. O interlocutor (funcionários): encontra-se em posição de quem necessita do saber-fazer.

**Finalidade do ato de comunicação:** Fazer-saber.

**Propósito do ato de linguagem (tematização):** saber mais sobre Controles Internos e *Compliance*.

**Circunstâncias materiais:** situação de comunicação monolocutiva.

**Contrato de comunicação:** não intercâmbio.

- Texto escrito e divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB;
- Características do canal de transmissão: verbal, gráfico informatizado, sem troca, com ordem progressiva das palavras, construção contínua e

hierarquizada, sucessão de termos cujo sentido está hierarquizado.

O nível situacional é o âmbito onde se constrói o espaço de intercâmbio dos atores sociais; este representa as condições situacionais - psíquicas e imaginárias de produção e recepção. Para Charaudeau (2001b, p. 13), "a competência situacional exige que todo sujeito que se comunica seja apto para construir seu discurso em função da identidade dos protagonistas do intercâmbio, da finalidade do mesmo, seu propósito e suas circunstâncias materiais".

No texto "*Saiba mais sobre Controles Internos e Compliance*", o nível situacional se constata na elaborada apresentação da emissão e na justaposição dos elementos cenográficos (a base de múltiplos movimentos da câmera no painel em *Controles Internos e Compliance*, cujo centro é ocupado pelo sujeito comunicante, onde se dispõe a lente frente ao público).

O componente da interação no nível situacional se caracteriza também pela maciça presença do animador/dominador do cenário (tela projeção) e da palavra - o locutor - o qual domina/conduz a palavra, o discurso.

Essa emissão ressalta que *"é bom ir se acostumando com estes termos, porque o Banco está implementando o Programa Controles Internos"* com o *"objetivo de aperfeiçoar o sistema de controle do Banco e disseminar a cultura do controle pela Empresa"*.

Neste nível, cabe caracterizar os contratos de interação. O sujeito comunicante (Agência de Notícias) exerce a interação monolocutiva (texto escrito). Outro dos componentes deste nível situacional é o referente à identidade dos sócios e à relação de força sócio-profissional que os vincula. O sujeito comunicante (locutor), ao informar um fazer-saber, noticia que o Banco do Brasil está implementando o Programa Controles Internos e *Compliance*. O locutor, que está em posição vantajosa, de superioridade em relação ao interlocutor, coloca o Banco do Brasil como disseminador de ações que atua em várias dominantes: empregador, controlador, instrutor e observador de normas (*Assim, o BB também atende a determinação do Banco Central e segue tendência que se observa nas instituições financeiras em todo o mundo*). Já o outro (interlocutor), que não se encontra presente fisicamente (não tem direito de falar-conferenciar), é solicitado pelo sujeito falante e com a situação que a este lhe convém assinalar.

Da mesma maneira, como o outro não pode interagir de imediato (não pode fazê-lo, senão de maneira diferida), a justificação do direito de falar já não tem razão de ser, e a luta discursiva, sempre possível, não poderá se dar senão por *simulação* (antecipar ou imaginar as reações-objeções do outro). Dessa forma, o sujeito falante se vê relativamente dono do espaço de tematização, pois o introduz, o impõe ao outro, o desenvolve como convém e pode completá-lo, sem levar em conta as reações do outro (Charaudeau, 2001b, p. 14).

Assim, as condições que emolduram a interação verbal, neste evento comunicativo, estão dadas pela relação empregador-empregado expressa através de um evidente fazer-saber, através da informação, da instrução e da explicação.

O nível comunicativo é onde se constrói o contrato de fala - a finalidade do ato de comunicação - que atribui aos sócios os lugares que devem ocupar em função do contrato situacional. Aqui se estabelece uma ponte entre o espaço exterior e o interior do ato de linguagem.

Em outras palavras, uma tal concepção do ato de linguagem é estruturada a partir de uma situação concreta de troca que caracteriza um tipo específico de *contrato*, o qual é

organizado em função desse *espaço (externo) de limitações* e desse *espaço (interno) de estratégias*, na interdependência dos quais o ato adquire a sua intencionalidade e a sua significância. Para Charaudeau (1992), o nível situacional diz respeito aos elementos da *situação*, do *espaço externo/de limitações* do ato de linguagem, os quais determinam a especificidade e a estrutura do *contrato de comunicação* propriamente dito.

O *nível comunicacional* refere-se a um espaço intermediário, ou ainda, a uma intersecção entre as *limitações do contrato* e as estratégias discursivas efetivadas, o qual delimita um horizonte possível de "maneiras de falar", ou ainda, de *papéis enunciativos*, portanto, languageiros, a serem desempenhados pelo *sujeito comunicante*.

O texto joga com uma força ilocutiva mediante o uso de verbos modalizadores dos enunciados (treinar, compreender, aperfeiçoar, disseminar, comunicar, atender 'a determinação', implementar), especialmente para indicar conhecimento (modalidade epistêmica), dever/obrigatoriedade (modalidade deôntica), indicação de capacidade (modalidade habilitativa).

A finalidade do ato de comunicação, implícita no texto, em termos de fins discursivos, é o dizer para *fazer-saber*, através da informação e da explicação. Esse ato de linguagem do dizer para fazer-saber se emoldura dentro de uma tematização (propósito), cujo princípio de pertinência está estreitamente ligado à realização do propósito desse ato de linguagem: fazer-saber mais "sobre Controles Internos e Compliance".

Como consequência dessa força modalizadora, o aspecto *perlocutivo* se faz presente aos interlocutores. Tendo sido contemplados os níveis *situacional* e *comunicacional*, é oportuno proceder a uma análise do nível propriamente *discursivo*, enquanto instância de intervenção do *sujeito comunicante*, tornado *sujeito enunciador* através da efetivação de suas estratégias discursivas, orientadas em função dos outros dois níveis acima e das condições enunciativas do discurso presente nos textos do informativo diário Agência de Notícias Hoje no BB. Faz-se necessário, pois, apresentar, brevemente, alguns fundamentos na perspectiva das relações que podem se estabelecer entre algumas categorias oriundas da *teoria dos atos de fala* e outras advindas da teoria Semiolingüística.

A propósito<sup>44</sup>, cabe ressaltar que o próprio Charaudeau (1996, p. 11) acena para a possibilidade de um relacionamento que pode se estabelecer entre algumas categorias oriundas da *teoria dos atos de fala* e outras advindas da *teoria semiolinguística*. Isso é feito, quando o autor, ao atentar para a ambivalência da expressão “força ilocucionária”, diz:

“‘Força’ leva a um algo mais externo ao processo lingüístico e obriga a observar o que ocorre acima e abaixo do ato de enunciação, enquanto ‘ilocucionária’ leva a um algo mais intralingüístico na medida em que pode ser recuperado a partir de certas marcas do aparelho enunciativo.”

É nesse sentido que, para o autor, o ato de linguagem traz a marca de uma intencionalidade, sendo o *performativo* apenas a “árvore que se esconde na floresta” (ibid.) e mais, a noção de *condição* pode ser interpretada de dois modos: como sendo *interna* ao processo lingüístico, na medida em que é preciso encontrar na língua as condições de realização dos enunciados, e ainda, como sendo *externa* ao processo lingüístico, em termos de que as *condições de sucesso* e *de satisfação* dos enunciados devem ser procuradas na observação dos elementos de ordem *situacional*, os quais condicionam a significação dos fatos de linguagem (ibid., p. 10).

---

<sup>44</sup> Cf. Mendes (2001, p. 313). Estas considerações constituem um pequeno recorte adaptado de um trabalho maior do autor. Não obstante, esse recorte compreende uma certa autonomia em relação à totalidade do trabalho, visto

Com efeito, pode-se dizer que os autores das *teorias dos atos de fala* (Austin e Searle) consideraram a existência de uma dimensão extralingüística que serve de suporte para a realização de um ato de fala, o que aparece refletido na representação dos elementos que compõem o conjunto de condições constitutivas de uma força ilocucionária; mas, decerto, uma tal dimensão extralingüística não foi contemplada nesta teoria em termos de um conjunto de práticas psicossociais, estruturadas dentro de um modelo sociocomunicativo, como o faz a *teoria semiolingüística* que assinala, sobretudo, que esta dimensão estabelece uma relação solidária de interdependência com a dimensão propriamente lingüística do ato de linguagem. Nesses termos, ao propor uma forma orgânica de integração das duas dimensões representadas pelos termos da oposição *interno x externo*, esta última teoria possibilita uma explicação mais efetiva da forma de estruturação dos processos enunciativos engendrados numa interação verbal.

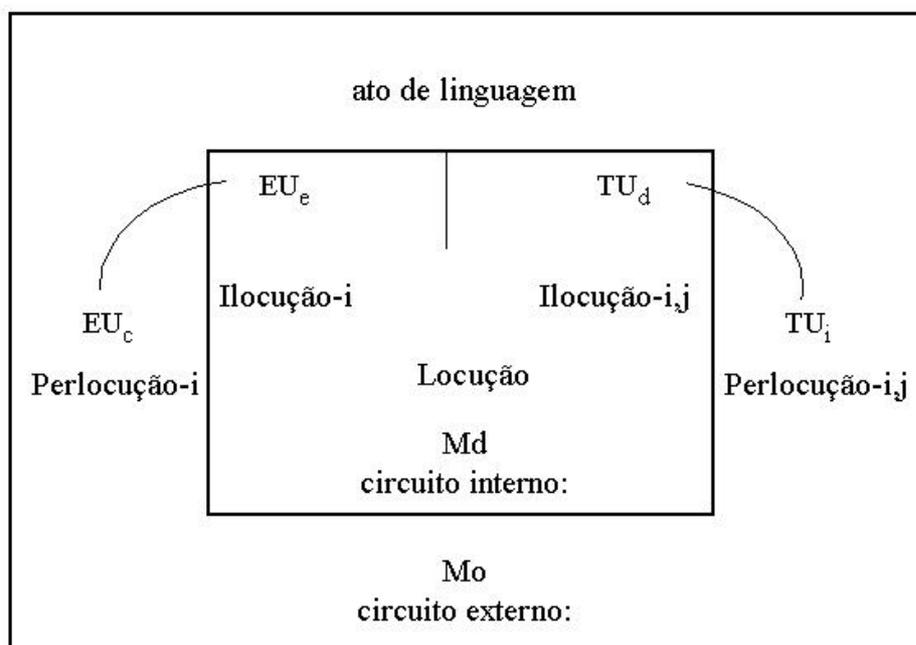


Figura 7: Adaptado de Charaudeau (2001a, p. 29), por Mendes, 2001, p. 339.

Para efeito de descrição do que pode ser visualizado na adaptação acima, é interessante notar que o nível da *perlocução* se inscreve no circuito externo do quadro enunciativo, relativo à dimensão psicossocial do ato de linguagem, o que é pertinente com a idéia de que a *perlocução* diz respeito à instância das intenções com que um determinado ato é produzido e/ou interpretado. Note-se ainda que o nível da *ilocução*, por sua vez, está situado numa instância intermediária entre o circuito externo e o circuito interno do ato de linguagem, demarcando um espaço de intersecção entre eles, de modo a contemplar a noção de que a *ilocução* se refere à instância das convenções que delimitam espécies naturais de

uso da linguagem constitutivas das formas de vida humana (ou seja, das práticas psicossociais) existentes numa dada sociedade. A esse respeito, pode-se demonstrar, em linhas gerais, em que medida os elementos constitutivos de uma força ilocucionária corroboram essa posição de interface entre os dois circuitos do ato de linguagem ocupada pela *ilocução*; assim, a começar pelo ponto *ilocucionário* e seu respectivo *modo* de realização, tais categorias são as que expressam de modo mais efetivo essa posição, no sentido de que elas representam exatamente a maneira pela qual um determinado conteúdo proposicional, ou ainda, uma dada proposição lingüística (circuito interno) deve se ajustar ao mundo, ou seja, à realidade extralingüística (circuito externo), e vice-versa.

A propósito de uma explicação acerca do funcionamento do ato de linguagem de acordo com a formulação do quadro acima, pode-se dizer que o processo enunciativo se estrutura à maneira de um jogo especular em que as imagens construídas pelos sujeitos envolvidos nas práticas de linguagem podem ser refletidas ou refratadas, segundo as circunstâncias e as condições específicas que caracterizam a situação de interação. Assim, de um ponto de vista ideal, a enunciação de um determinado ato ilocucionário por um dado *sujeito*

*enunciador* pressupõe o acionamento de um conjunto de intenções (perlocucionárias) por parte do *sujeito comunicante*, com o objetivo de efetivar o seu projeto de fala. Estas últimas podem apenas ser inferidas pelo *sujeito interpretante*, mas a intenção de realizar um ato ilocucionário é, obviamente, expressa pela própria estruturação formal. Nesse sentido, é fato incontestado que um ato ilocucionário literal é enunciado, antes de tudo, para ser reconhecido enquanto tal, de modo que o *sujeito comunicante*, tornado *enunciador*, constrói uma imagem de *destinatário* na qual possa ver refletida a sua própria imagem de *enunciador*, em outras palavras, uma imagem de *destinatário* que reconheça a enunciação de seu ato ilocucionário como sendo bem sucedida.

Decerto, em última instância, o *sujeito comunicante* objetiva que o *sujeito interpretante* se assimile à imagem de *destinatário* criada, reconhecendo, desta forma, a performatividade do ato enunciado e refletindo, como tal, a imagem de *enunciador* construída pelo próprio comunicante. Isto é, a *ilocução-i* enunciada, situada no pólo do *comunicante*, deve coincidir com a *ilocução-i* compreendida, situada no pólo do *interpretante*, a qual, neste caso, reflete a primeira: por exemplo, uma *pergunta* é feita normalmente para ser respondida, assim como uma *ordem* é dada para ser obedecida.

## **2 Nível Discursivo**

O nível discursivo - onde se realizam os comportamentos linguageiros derivados dos contratos situacional e de comunicação - se mostra nas estratégias do discurso desenvolvidas pelos protagonistas, adiante comentadas. Este nível concerne ao espaço das estratégias discursivas efetivadas pelo *sujeito comunicante*, tornado *sujeito enunciador* a partir da sua própria enunciação, ou seja, da colocação em discurso do seu projeto de fala, em função das restrições do nível *situacional* e das possibilidades do nível *comunicacional*.

### **A) Ordem enunciativa**

- Modalidade alocutiva
  - Construção dos papéis enunciativos: EUe/TUd
1. *Imagem em relação ao que já foi dito (ponto de vista situacional):* o Banco está implementando o Programa Controles Internos e *Compliance*. O objetivo é aperfeiçoar o sistema de controles do Banco e disseminar a cultura do controle pela Empresa.

No texto, há referências, alusões a saberes antigos e a introdução de novos saberes: "Para isso, estão sendo desenvolvidas ações de comunicação e de treinamento. Assim, o BB também atende a determinação do Banco Central e segue tendência que se observa nas instituições financeiras em todo o mundo".

2. *Imagem da identidade do locutor (EUE):* é a imagem do possuidor do saber e do conhecimento; ele tem o poder e o estatuto para tal. É a imagem da organização Banco do Brasil. O texto está marcado pela modalidade de interrogação, cuja proposição impõe um pedido de dizer: *Você sabe o que são Controles Internos? E Compliance? Pois é bom ir se acostumando com estes termos, (...).*

O locutor:

- coloca em seu enunciado uma informação a adquirir;
- sabe que o interlocutor está numa situação desfavorável;
- pede ao interlocutor que diga o que ele sabe (pede informação ou assentimento);

- dá-se o direito de questionar (pois não pergunta quem quer; é preciso que a relação entre locutor e interlocutor autorize o questionamento);
- propõe ao interlocutor esse saber como meio de melhorar sua situação de conhecimento.

O texto está marcado pela modalidade enunciativa de INTERROGAÇÃO.

3. *Imagem que o locutor (EUE) tem do interlocutor:* é a imagem de alguém que supostamente não sabe (que deve vir a saber), mas que pode interagir enunciativamente.

O interlocutor:

- encontra-se numa situação desfavorável em que não pode explicitar sua posição (situação monolocutiva);
- é o beneficiário da proposição fazer-saber para melhorar sua situação de conhecimento;
- supõe-se que tenha competência para responder;
- vê-se na obrigação de responder alguma coisa (atitude que ele não teria se não fosse interrogado), mas a confissão da ignorância não leva necessariamente a uma sanção.

**B) Ordem enunciatória**

**Gênero:** texto jornalístico informativo

**Modos de organização do discurso**

- **Modo enunciativo**

1. relação do locutor com o interlocutor: de interrogação - alocutivo
2. relação do locutor com o propósito (tematização): 2ª pessoa - você
3. relação do locutor com o mundo (como se impõe o mundo) - asserção

- **Modo argumentativo**

Para Charaudeau (1998, p. 9-10), todo ato de fala só significa em função da situação na qual ele é produzido, da identidade e da intencionalidade do sujeito que dele é responsável, do propósito do qual ele é questão (a

tematização) e das circunstâncias materiais nas quais ele se encontra.

O locutor apresenta o dispositivo argumentativo:

- a) *Propósito* (tese) - parágrafo (1): o sujeito que argumenta questiona o interlocutor sobre uma posição existente no mundo das instituições bancárias: "Você sabe o que são Controles Internos? E Compliance? O propósito apresentado: "Pois é bom ir se acostumando com estes termos, PORQUE o Banco está implementando o Programa Controles Internos e Compliance, POIS o objetivo é aperfeiçoar o sistema de controles do Banco e disseminar a cultura do controle pela Empresa".
- b) *Proposição*: o sujeito que argumenta justifica/está de acordo com o Propósito no quadro de questionamento: SE o objetivo é aperfeiçoar o sistema de controles do Banco e disseminar a cultura do controle pela Empresa, ENTÃO o Banco está implementado o Programa de Controles Internos e Compliance.
- c) *Persuasão (provas)*: o sujeito enunciador justifica o Propósito (conformidade) no quadro de questionamento (Proposição), levando-o a declarar o Propósito verdadeiro e a desenvolver um ato de persuasão destinado a provar a veracidade desse Propósito. O

processo de justificativa é total (se apóia sobre o conjunto do Propósito), valendo-se de proposições expressas no final do primeiro parágrafo e durante o desenvolvimento dos demais parágrafos.

### **Procedimentos discursivos e da lógica argumentativa**

⇒ **parágrafo (1)**: utilização do procedimento lógico da *explicação por silogismo* marcada pelo modo de encadeamento causal (*X, parece que...*): *Pois* é bom ir se acostumando com estes termos, *porque* o Banco está implementando o Programa de Controles Internos e *Compliance* (linhas 1 a 3).

Constata-se, em L1, um procedimento discursivo do *questionamento argumentativo* que visa à verificação de um saber: Você sabe o que são Controles Internos? E *Compliance*?

As conjunções causais *pois* (L.1) e *porque* (L.2) como categorias da língua (conectores) estabelecem uma relação explicativa (explicação causal), articulando os períodos, cada uma representando um ato de fala. Num sentido estrito, conforme Neves (2000, p. 804), a relação causal diz respeito à

conexão causa-conseqüência ou causa-efeito, entre dois eventos.

A relação causal raramente se refere a simples acontecimentos ou situações de um mundo. Para Neves (ibid., p. 804-805), "é necessário considerar que as relações causais também podem ser: a) relações marcadas por um conhecimento, julgamento ou crença do falante, isto é, existentes no domínio epistêmico. Elas não se dão simplesmente entre predicções (estados de coisas), mas entre proposições (fatos possíveis), passando, então, pela avaliação do falante; b) relações entre um ato de fala e a expressão da causa que motivou esse ato lingüístico.

Em *"Você sabe o que são Controles Internos? E Compliance? Pois é bom ir se acostumando com estes termos, porque o Banco está implementando o Programa Controles Internos e Compliance"*, ocorre na primeira oração um ato de fala interrogativo, seguido de um ato declarativo-explicativo.

*Para isso* (linha 4) é uma expressão usada muito comumente em referência anafórica (ibid., p. 496). O demonstrativo tem por função designar um referente que é mencionado em outra parte no contexto. Neste caso, *isso* reenvia a um antecedente

(linhas 3 a 4) e ao mesmo tempo anuncia uma qualificação posterior (linhas 5/6).

Na seqüência, em L 5/6, ocorre uma explicação pragmática para *fazer-saber*.

Em L.5, constata-se a nominalização do verbo determinar (a *determinação*) que, como verbo de dizer (*dicendi*), qualifica o que é dito. A nominalização, neste caso, é uma estratégia discursiva utilizada pelo enunciador como complemento direto ao conteúdo do que se diz, modalizando o dito/enunciado (injunção: *determinar*).

Em princípio, os advérbios de modo constituem uma categoria não-fórica (Neves, 2000, p. 242), mas o advérbio *assim*, que indica modo, tem uma natureza pronominal como em L.5, funcionando como referenciador textual: "*Assim, o BB também atende a determinação do Banco Central e segue tendência que se observa nas instituições financeiras em todo o mundo*" (assim = desse modo que acaba de ser indicado ⇒ *anáfora* e assim = desse modo que a seguir vai ser indicado ⇒ *catáfora*).

*Também* (linha 5) é um advérbio não-modificador, pois não afeta o significado do elemento sobre o qual incide. É um advérbio que não opera sobre o valor de verdade da oração, sendo, portanto, um advérbio de inclusão com incorporação de outros elementos.

⇒ **parágrafo (4)**: no início do parágrafo, o sujeito enunciador concede a palavra (voz) ao ator (Rubens Rodrigues Filho, superintendente executivo da Unidade Controles Internos), que destaca que é importante compreender o significado desses conceitos. Este processo discursivo da citação de um *dizer*, de um *saber* (o de Rubens Rodrigues Filho) serve para produzir um efeito de autenticidade, de verdade. A citação consiste em relatar, o mais fielmente possível, os próprios depoimentos escritos ou orais de um outro interlocutor que é citado para produzir, na argumentação, um efeito de *autenticidade* (Charaudeau, 1992, p. 825). A citação desempenha, assim, um papel de fonte de verdade que testemunha um *dizer*, uma experiência, um saber. Aqui, a citação trata de uma asserção que concerne não à verdade do propósito, mas à enunciação, isto é, à maneira de apresentar a verdade do propósito, o que se pode denominar de um modo de dizer (estratégia discursiva).

Em L.18, *desses* é um pronome demonstrativo (*esses*) combinado com a preposição (*de*) que realiza aqui uma referência anafórica, fazendo referência textual para recuperar as informações que se encontram difundidas em parte do texto relativamente distante (parágrafos 2 e 3); indica neste caso uma tipificação (conceitos de Controles Internos e *Compliance*). (Neves, 2000, p. 506).

- **Modo descritivo**

A descrição pressupõe uma visada do objeto a ser descrito de maneira mais demorada, fundando-o como objeto de discurso e, desse modo, garantindo-lhe uma existência, uma localização e uma qualificação. Segundo Charaudeau (1992), o modo descritivo fundamenta-se em três componentes básicos, a saber: a nomeação, a localização e a qualificação.

- a) *nomear* é um ato que consiste em fazer nascer os seres significantes do mundo. Deve-se observar, no entanto, que, como quem nomeia é aquele que produz o discurso, esse processo está submetido à visão de mundo desse sujeito que, por sua vez, tem uma visão sempre ligada aos códigos sociais da comunidade de fala.
- b) *localizar* é o ato de situar os seres, determinando-lhes a posição que ocupam num tempo e num espaço

específico. Embora esse ato testemunhe um recorte objetivo do mundo, não se pode perder de vista que ele reflete uma visão de mundo.

- c) *qualificar* é um ato de singularização de um ser através de uma visão de mundo particular, que passa pela racionalidade e pelos sentimentos, implicando a atribuição de um sentido particular ao texto. Para Charaudeau, a qualificação testemunha o olhar do falante sobre o mundo, denunciando não só a sua necessidade como também a sua vontade de possuir o mundo que o rodeia. Pode-se dizer, portanto, que esse processo vai, através dos componentes acima descritos, possibilitar a construção da visão de verdade sobre o mundo do falante em seu projeto de fala, ou possibilitar reconhecer uma certa visão do mundo presente nos textos sob análise. A *encenação descritiva* é controlada por um sujeito falante que se desvia para um papel de sujeito descritor. Este descritor poderá intervir de maneira explícita ou implícita, produzindo um certo número de efeitos: *efeito de saber* (utiliza o conhecimento para fornecer a prova de veracidade ao texto); de *confidência* (intervenção explícita ou não do sujeito descritor que exprime sua apreciação pessoal); de *realidade/ficção* (constrói uma dupla imagem de narrador-descritor que

pode tanto ser exterior ao mundo descrito como pode fazer parte dele) e de gênero (resulta do emprego de procedimentos que são tipificados e característicos de um gênero).

O modo descritivo coexiste no texto, chegando a se "enredar" com o argumentativo para a constituição de um todo significativo. Essa organização percebida no texto é de natureza discursiva, mobilizando categorias da língua para ordená-las, em função das finalidades discursivas do ato de comunicação.

Para Charaudeau (1992, p. 659), *descrever e argumentar* são atividades estreitamente ligadas na medida em que, de um lado, a primeira empresta à segunda um certo número de operações lógicas para classificar os seres, e, de outro lado, o argumentar só pode se exercer a propósito dos seres que têm certa *identidade e qualificação*.

*Argumentar* consiste, pois, em dar conta de operações abstratas, de ordem lógica, destinadas a explicar as ligações de causa e efeito entre fatos ou acontecimentos; *descrever* consiste em identificar os seres do mundo, classificando-os, sem estabelecer necessariamente entre eles relação de

causalidade. De acordo com Charaudeau (1992, p. 665), “o *descritivo* serve essencialmente para *construir uma imagem intemporal do mundo*, pois, no mesmo instante em que os seres do mundo se encontram nomeados, localizados e qualificados, eles se encontram como fixados sobre uma película para todo o sempre”.

Os procedimentos da configuração do *descritivo* são empregados de maneira, ao mesmo tempo, *livre e não arbitrária*. De maneira não arbitrária porque toda descrição está sempre em relação com outros modos de organização (argumentativo, narrativo) e, sem ser deles totalmente independente, assume seu sentido (ou uma parte de seu sentido) em função dessa dependência. Mas, ao mesmo tempo, de maneira *livre*, porque o *descritivo* é um modo de organização que não está sujeito, em si, a uma lógica interna, como estão os outros modos. Estarão, então, aqui apresentados os procedimentos discursivos e lingüísticos de base, sem que se possa indicar a maneira como eles deveriam ser utilizados, pois, apesar da existência de certas regularidades discursivas, não existe percurso obrigatório para construir o *descritivo*.

⇒ **parágrafos (2) e (3)**: utilização da *definição* - descrição - dos conceitos *Controles Internos* e *Compliance*, cujo

efeito é produzir uma evidência e um saber (para fazer-saber). Conforme Charaudeau (1992, p. 821), a definição é uma atividade discursiva que pertence à categoria da *qualificação* e ao *modo de organização descritivo*. Ela consiste, particularmente, em descrever os traços semânticos que caracterizam uma palavra, com propriedade particular, num certo tipo de contexto e é utilizada com fins estratégicos no quadro de uma argumentação. Para o autor (ibid.), a definição serve para fazer conhecer ou reconhecer os seres cuja identidade é indispensável à compreensão da argumentação realizada.

### **3 Algumas conclusões**

Como demonstrado, para a realização do ato comunicativo no texto "Saiba mais sobre Controles Internos e *Compliance*", as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador são expressas por diversas configurações lingüísticas (marcas e formas) e atos enunciativos/procedimentos discursivo-argumentativos (explícitos ou não) que caracterizam o contrato comunicativo. O sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", enunciando sua posição relativamente ao que ele diz e implicando o interlocutor em seu ato de enunciação

(forma pronominal você), impondo-lhe o conteúdo de sua proposição no início do texto.

A relação do enunciador com o dito se faz através de especificações enunciativas, tais como um modo de saber (modalidade de saber), uma avaliação (modalidade de opinião) uma motivação (modalidade de obrigação e de declaração). A relação do enunciador com o interlocutor (relação de influência) se dá através de uma relação de questionamento (modalidade de interrogação).

A finalidade do ato de comunicação é *fazer-saber*, através da informação, da instrução e da explicação. Conforme Charaudeau (1997, p. 58-60), no discurso informativo, o estatuto é da ordem do "foi" (*a été*): alguma coisa aconteceu no mundo e esse conhecimento novo é proposto no instante mesmo de sua transmissão-consumação. No discurso da informação, é preciso *provar* a veracidade dos fatos transmitidos (modelo de credibilidade) pela designação e pela reconstituição (ordem da constatação, do testemunho, da narrativa de reconstituição). O discurso informativo deve organizar seu discurso tendo em conta a assimetria que existe entre o informante detentor do saber e o informado tido por não detentor desse saber. Então, a maior parte do tempo, o informante não tem conhecimento nem

do conhecimento, nem do teor do saber de seu destinatário, nem dos motivos de seu desejo, nem dos motivos do interesse que o animam.

Dito de outra maneira, o discurso informativo não se fixa apenas no imaginário do saber. De um modo ou de outro, há sempre parte ligada com o imaginário do poder, ao menos na sua condição de autoridade. Informar é possuir um saber ignorado pelo outro (*saber*), ter atitude que permita transmitir isso a esse outro (*poder dizer*), ser legitimado nessa atividade de transmissão (*poder dizer*). Toda instância de informação, quer ela deseje ou não, quer ela reivindique ou negue, exerce poder de fato sobre o outro (*instância de poder social*), e sendo assim considerado, isso permite dizer que a escala coletiva das mídias constituem, efetivamente, uma instância de poder social (ibid., p. 61).

No texto, o enunciador constrói seu discurso, modalizando-o através da construção dos papéis enunciativos alocutivos (EUE/TUD). É possível identificar e descrever as imagens que o locutor faz de si mesmo (imagem da organização Banco do Brasil) e do interlocutor (destinatário: os funcionários) construídas na discursivização do texto.

O discurso procura criar/projetar imagens positivas e bem definidas do locutor (da organização BB) junto aos funcionários (destinatários), público-alvo do texto informativo, ora analisado. É a imagem do possuidor do saber e do conhecimento, cuja identidade de sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", pois seu estatuto, seu papel social assim lhe confere conforme sua situação nas relações de poder (hierarquia). O sujeito enunciador, portanto, tem o poder e o estatuto para tal (autoridade absoluta).

A discursivização (estratégias de *mise en scène*) revela imagens de uma organização hierarquizada, normatizadora, imagens possíveis de serem observadas através da modalização do discurso e da construção dos papéis enunciativos - ato alocutivo. É possível, também, identificar as imagens projetadas dos interlocutores - destinatários (TUd), leitores do texto informativo, os funcionários do Banco do Brasil. São imagens de alguém que está à mercê do enunciador e pode interagir com ele dentro do contrato enunciativo: alguém que supostamente não sabe e que deve vir a saber. Essas imagens são de observadores da hierarquia (empregador-empregado), cumpridores de normas e instruções; algumas dessas imagens

estão implícitas no discurso, conforme a relação contratual e do fazer situacional (fazer-saber).

A análise discursiva do texto demonstra/revela, ainda, através dos enfoques de orientação enunciativa, argumentativa e descritiva, a extensão da complexidade das estratégias discursivas (*mise en scène*) concebidas pelo sujeito da enunciação para cumprir a finalidade do ato de comunicação - *fazer-saber*. O enunciador, através desse ato comunicativo, impõe ao interlocutor (destinatário) um pedido de dizer, fala interrogativa e/ou performativa que institui a verdade do dizer pela verdade do fazer que a acompanha - uma das chaves do "discurso totalitário" (Charaudeau, 1983, p. 98).

**Texto 2****FEITO COM O MELHOR DE CADA UM DE NÓS**

1 O amor não é novo, a solidariedade não é nova, nem a beleza. O novo está na maneira  
2 como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos  
3 sentimentos.

4 São as pessoas capazes de enxergar a riqueza de seu trabalho e de sua contribuição na  
5 sociedade que têm conquistado o prazer e o poder de transformar; são essas pessoas que  
6 têm construído o Banco do Brasil - funcionários e familiares que, com sua dedicação e  
7 entusiasmo, tornaram possíveis as realizações alcançadas ao longo do ano.

8 Essas pessoas enxergaram mais longe. Enquanto consolidavam o Banco do Brasil como  
9 patrimônio dos brasileiros, levaram aos clientes mais do que serviços bancários e  
10 financeiros: fizeram do BB agente da cidadania, do desenvolvimento econômico e de  
11 inegável liderança de mercado.

12 Neste ciclo que se inicia, queremos manifestar nossa admiração por todos os que  
13 têm se envolvido nessa empreitada e propor que lancemos um novo olhar sobre o que  
14 concretizamos, para que comecemos a jornada no terceiro milênio com ânimo renovado  
15 de continuar construindo um Banco do Brasil cada vez melhor. Feito com o melhor de  
16 cada um de nós.

17 A Diretoria.

**Texto 2: Agência de Notícias, 22.12.2000.**

**EXERCÍCIO DE ANÁLISE****1 Nível Situacional**

**Situação:** Texto informativo divulgado na Agência de  
Notícias Hoje no BB.

**Identidade dos protagonistas (EUC/TUi):** Diretoria/Agência  
de Notícias/Funcionários.

**Contrato de fala:** 1. A diretoria (locutor): encontra-se em posição de quem detém um saber-fazer.

2. O interlocutor (funcionários): encontra-se em posição de quem necessita do saber-fazer

**Finalidade do ato de comunicação:** *fazer-fazer*.

**Propósito do ato de linguagem (tematização):** no terceiro milênio (o novo ciclo que se inicia) continuar construindo um Banco do Brasil cada vez melhor.

**Circunstâncias materiais:** situação de comunicação monolocutiva.

**Contrato de comunicação:** não intercâmbio

- Texto escrito e divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB;
- Características do canal de transmissão: verbal, gráfico informatizado, sem troca, com ordem progressiva das palavras, construção contínua e hierarquizada, sucessão de termos cujo sentido está hierarquizado.

No texto "*Feito com o melhor de cada um de nós*", o nível situacional se verifica na elaborada emissão e na justaposição dos elementos cenográficos (a base de múltiplos movimentos da

câmera no painel em "o novo, feito com o melhor de cada um de nós", cujo centro é ocupado pela diretoria do Banco do Brasil (sujeito comunicante), onde se dispõe a lente frente ao público). Também, os funcionários e familiares (essas pessoas) que têm construído o BB que com sua dedicação e entusiasmo enxergaram mais longe, acompanham as intervenções da diretoria e jogam um papel determinante na *mise en scène* do ato de linguagem.

Essa emissão ressalta que "essas pessoas, enquanto consolidavam o Banco do Brasil como patrimônio dos brasileiros, levaram aos clientes mais do que serviços bancários e financeiros: fizeram do BB agente da cidadania, do desenvolvimento econômico e de inegável liderança de mercado". Destaca ainda a diretoria do BB que "neste ciclo que se inicia, queremos manifestar nossa admiração por todos os que têm se envolvido nessa empreitada e propor que lancemos um novo olhar sobre o que concretizamos, para que comecemos a jornada no terceiro milênio com ânimo renovado de continuar construindo um Banco do Brasil cada vez melhor. Feito com o melhor de cada um de nós".

O componente da interação no nível situacional se caracteriza também pela maciça presença do animador/dominador

do cenário (tela projeção) e da palavra - a diretoria do BB - locutor que domina/conduz a palavra, o discurso.

A diretoria do BB exerce a interação monolocutiva (texto escrito). Outro dos componentes deste nível situacional é o referente à identidade dos sócios e à relação de força (hierarquia). Assim, o locutor/sujeito comunicante (a diretoria) manifesta-se em várias dominantes - diretor, demonstrador, instrutor, detentor de poder, possuidor de saber e experiência -, enquanto seus interlocutores (os funcionários: sujeitos interpretantes) estão em posição desvantajosa, testemunhando um dizer para *fazer-fazer* (mascarado pelo *fazer-crer*).

Diante disso, as condições que emolduram a interação verbal, neste evento comunicativo, estão dadas pela relação empregador-empregado expressa através de uma evidente instrução e orientação para *fazer-fazer*.

O texto joga com uma força ilocutiva mediante o uso de verbos modalizadores dos enunciados (querer, manifestar, propor, começar, construir, fazer), especialmente para indicar conhecimento (modalidade epistêmica), dever/obligatoriedade (modalidade deontica), indicação de capacidade (modalidade

habilitativa). Como consequência dessa força modalizadora, o aspecto perlocutivo<sup>45</sup> faz-se presente aos interlocutores.

A finalidade do ato de comunicação, implícita no texto, em termos de fins discursivos, é o *fazer-fazer*, através da informação, da demonstração e da sugestão. Esse ato de linguagem do dizer para fazer-fazer se emoldura dentro de uma tematização, cujo princípio de pertinência está estreitamente ligado à realização do propósito desse ato de linguagem: "*a sugestão para fazer com o melhor de cada um de nós*", neste novo ciclo que se inicia (o terceiro milênio).

## **2 Nível Discursivo**

### **A) Ordem enunciativa**

- Modalidade elocutiva
- Construção dos papéis enunciativos: EUE/TUd

1. *Imagem em relação ao que já foi dito (ponto de vista situacional): "O amor não é novo, a solidariedade não é nova, nem a beleza".*

---

<sup>45</sup> Perlocução: vide comentários no texto 1, análise nível situacional.

No texto, há referências, alusões a saberes antigos e a introdução de novos saberes: "O novo está na maneira como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos sentimentos".

2. *Imagem da identidade do locutor (EUE)*: é a imagem do possuidor do saber; ele tem o poder e o estatuto para tal. É a imagem da organização Banco do Brasil. O texto está marcado pela modalidade do "Querer", com proposições configuradas pela variante do *desejo* (no interior do querer), expressas pela confirmação "queremos manifestar nossa admiração (...) e propor que lancemos um novo olhar (...)" (linhas 12/13).

O locutor:

- coloca em seu discurso uma ação a fazer, cuja realização não depende apenas dele;
- sabe que ele está numa situação de falta que quereria ver satisfeita, o que significa que ele concebe a ação a realizar como benéfica para ele;
- revela que não tem o poder de suprir essa falta e que tem necessidade de ter recursos de um outro agente que não só ele mesmo para cumprir a ação;

- sabe que o interlocutor está numa situação desfavorável;
- propõe ao interlocutor executar a ação descrita como meio de melhorar sua situação;
- faz de conta que está no lugar do interlocutor (verbos e pronomes na primeira pessoa do plural);
- dá-se um estatuto de saber e de poder (baseado na sua relação hierárquica e experiência profissional).

O texto está marcado pela modalidade enunciativa de QUERER.

3. *Imagem que o locutor tem do interlocutor (TUd)*: é a imagem de alguém que supostamente não sabe (que deve vir a saber), mas que pode interagir enunciativamente.

O interlocutor:

- encontra-se numa situação desfavorável em que não pode explicitar sua posição (situação monolocutiva);
- é o beneficiário da proposição "fazer-fazer" para melhorar sua situação;
- é livre para utilizar ou não essa proposição de "querer";

- o interlocutor não está implicado no ato de enunciação, sendo uma "testemunha" dos atos enunciativos expressos pelo locutor - é "testemunha" de um "querer" expresso pelo locutor.

## **B) Ordem enunciatória**

**Gênero:** texto jornalístico informativo

### **Modos de organização do discurso**

- **Modo enunciativo**

1. relação do locutor com o interlocutor: de querer - elocutivo
2. relação do locutor com o propósito (tematização): 1ª pessoa do plural (pronome e verbos)
3. relação do locutor com o mundo (como se impõe o mundo)- asserção

- **Modo argumentativo**

O locutor apresenta o dispositivo argumentativo:

- a) *Propósito* (tese) - parágrafo (1): o sujeito que argumenta revela um ponto de vista sobre o mundo: O propósito apresentado: "O amor não é novo, a solidariedade não é nova, nem a beleza, POIS o novo está na maneira como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos sentimentos".
- b) *Proposição*: o sujeito que argumenta justifica/está de acordo com o Propósito no quadro de questionamento. "SE o novo está na maneira como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos sentimentos, ENTÃO o amor não é novo, a solidariedade não é nova, nem a beleza".
- c) *Persuasão (provas)*: o sujeito enunciador justifica o Propósito (está de acordo) no quadro de questionamento (Proposição), levando-o a declarar o Propósito verdadeiro e a desenvolver um ato de persuasão destinado a provar a veracidade desse Propósito. O processo de justificativa é total (se apóia sobre o conjunto do Propósito), valendo-se de asserções

expressas no final do primeiro parágrafo e durante o desenvolvimento do segundo e terceiro parágrafos.

### **Procedimentos discursivos e da lógica argumentativa**

⇒ **parágrafo (1)**: utilização do procedimento lógico da “*explicação por silogismo*” do tipo “se/então”:

SE A1 ENTÃO A2  
 SE \_\_\_\_\_  
 ENTÃO \_\_\_\_\_ 1ª abordagem

São duas relações argumentativas:

A1	_____	A2	e +
A' 1	_____	A' 2	

⇒ **parágrafo (2) e (3)**: utilização do procedimento lógico da *explicação pragmática* para reforçar a prova de uma conclusão, produzindo um efeito de evidência e de saber.

⇒ **parágrafo (3)**: utilização do procedimento discursivo da *comparação*, que no quadro da argumentação é utilizada para reforçar a prova de uma conclusão ou de um julgamento, produzindo um efeito pedagógico (comparar para ilustrar ou melhor fazer compreender - Charaudeau, 1992, p. 822). A

comparação participa ao mesmo tempo de duas categorias da língua: a *qualificação* e a *quantificação*, senão vejamos: em L.8 “Essas pessoas enxergaram mais longe”, o advérbio modificador de intensidade *mais* intensifica o conteúdo de outro advérbio *longe*. São advérbios que afetam o significado do elemento sobre o qual incidem - “essas pessoas enxergaram”, fazendo uma predicação sobre as propriedades desses elementos, modificando-os. Na comparação, a qualificação está implicada porque na maior parte do tempo as propriedades são confrontadas para a apreciação das semelhanças e das diferenças; a quantificação também participa seja porque as quantidades são comparadas, seja porque a comparação das propriedades é graduada (ibid.).

- utilização de uma designação em referência contextual *essas pessoas* (linha 8), anáfora que corresponde a um processo de nominalização. O demonstrativo *essas* tem por função designar o referente que é mencionado em outra parte do texto (segundo parágrafo: funcionários e familiares).
- utilização do conector *enquanto* (linha 8) para marcar a relação de oposição-ação entre as duas asserções de maneira explícita. O conector *enquanto* pode se posicionar indiferentemente diante de uma ou outra das asserções, sem mudar fundamentalmente a operação. Seus efeitos contextuais são muito limitados (Charaudeau,

1992, p. 523). O conector argumentativo *enquanto* estabelece uma correlação de tempo verbal nas construções temporais “enxergaram, consolidavam, levaram, fizeram” (linhas 8/10). Em L.8, “Essas pessoas *enxergaram* mais longe. Enquanto *consolidavam* o Banco do Brasil como patrimônio dos brasileiros (...)”, constata-se uma correlação de uma forma verbal perfectiva (pretérito perfeito) na oração principal com outra não-perfectiva (pretérito imperfeito) na oração temporal, o que configura *simultaneidade* dos eventos, sem que haja necessariamente coextensão temporal entre eles (Neves, 2000, p. 793-794). Como se observa, essa *simultaneidade* de acontecimentos é acompanhada de uma visão de efetividade expressa pelo Indicativo (Charaudeau, 1992, p. 485).

- o procedimento discursivo da comparação apresenta-se marcado lingüisticamente, neste parágrafo, através dos articuladores *como* (linha 8) e *mais do que* (linha 9: quantificação), configurados em “Enquanto consolidavam o Banco do Brasil como patrimônio dos brasileiros (comparação/qualificação), levaram aos clientes *mais do que* (comparação/quantificação) serviços bancários e financeiros: fizeram do BB agente da cidadania, do desenvolvimento econômico e de inegável liderança de mercado (qualificação)”.

⇒ **parágrafo (4)**: utilização da explicação pragmática final para concluir o texto, procurando persuadir o interlocutor, buscando fazê-lo aderir à proposição; esta explicação pragmática, marcada pelos conectores *que, para que*, permite ao locutor fazer referência a um conhecimento compartilhado com o interlocutor sobre o “continuar construindo um Banco do Brasil cada vez melhor”.

Merece destaque a orientação argumentativa desse último parágrafo, pois é nele que o enunciador introduz o tópico discursivo, apresentando a conclusão do texto, quando fica caracterizada a finalidade do ato de comunicação: o *fazer-fazer*, que é configurado por “queremos manifestar nossa admiração... e propor que lancemos um novo olhar..., para que comecemos a jornada no terceiro milênio com ânimo renovado de continuar construindo um Banco do Brasil cada vez melhor. Feito com o melhor de cada um de nós”.

É interessante que se focalize a estratégia argumentativa utilizada pelo enunciador, neste parágrafo final, a fim de, a partir de um conhecimento de mundo (organizacional do BB) que presume ser partilhado pelo destinatário, levá-lo a redimensionar seus saberes, suas atitudes e comportamentos, no sentido de ele perceber que é “preciso continuar construindo

um Banco do Brasil cada vez melhor, feito com o melhor de cada um de nós”.

- **Modo descritivo**

⇒ **parágrafo (1)**: utilização do procedimento discursivo da *definição* que descreve as duas abordagens a fim de identificá-las: SE o novo está na maneira como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos sentimentos (A2), ENTÃO o amor não é novo, a solidariedade não é nova, nem a beleza (A1).

A definição (*descrição*) serve para produzir um efeito de evidência e de saber pelo sujeito que argumenta e é utilizada com fins estratégicos no quadro da argumentação (Charaudeau, 1992, p. 821). A definição é, pois, uma atividade linguageira que pertence à categoria da qualificação e ao modo de organização descritivo.

De acordo com Charaudeau (*ibid.*, p. 325-326), para que um ser exista, é preciso que ele receba uma *identidade (o novo)*. Essa identidade é o resultado da maneira pela qual o homem percebe e constrói o mundo. O autor chama *propriedade* a

qualidade particular que identifica o ser através de uma maneira de ser ou de uma maneira de fazer, e define a *qualificação* como um processo que consiste em atribuir uma propriedade a um ser, incluindo-a em um novo subconjunto.

Constata-se, em L.1/2, uma *qualificação* de um comportamento: "*O novo está na maneira como olhamos para as coisas, as pessoas e o mundo, e como expressamos nossos sentimentos*".

- utilização dos adjetivos qualificadores *novo/nova* (linha 1): esses adjetivos indicam, para o substantivo que acompanham, uma propriedade que não necessariamente compõe o feixe das propriedades que o definem. Os adjetivos qualificadores têm algumas propriedades ligadas ao próprio caráter vago que se pode atribuir à qualificação (Neves, 2000, p. 186).
- utilização de categoria lógico-lingüística da conjunção "de adição" que se estabelece num contexto negativo (*não/nem*  $\Rightarrow$  e), cujos elementos se encontram sobre um mesmo plano de igualdade e conservam sua autonomia, um frente ao outro.

$\Rightarrow$  **parágrafo (2)**: utilização do procedimento discursivo da *qualificação de um comportamento* para reforçar a prova de uma

conclusão (estratégia discursiva). As pessoas referidas - funcionários e familiares - são qualificadas como pessoas capazes de enxergar a riqueza de seu trabalho e de sua contribuição na sociedade que, com sua dedicação e entusiasmo, têm construído o Banco do Brasil e tornaram possíveis as realizações alcançadas ao longo do ano.

⇒ **parágrafo (4)**: utilização da *qualificação de um comportamento* com fins estratégicos para produzir um efeito de evidência e conclusão argumentativa. Utilização dos verbos *querer* (linha 12) e *propor* (linha 13) que modalizam o discurso "querer-desejo" e são verbos dicendi de elocução propriamente ditos.

### **3 Algumas conclusões**

Como demonstrado, para a realização do ato comunicativo no texto "Feito com o melhor de cada um de nós", as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador são expressas por diversas configurações lingüísticas (marcas e formas) e atos enunciativos/procedimentos discursivo-argumentativos que caracterizam o contrato comunicativo. O sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", enunciando sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (propósito

referencial), sem que o interlocutor seja implicado no texto (de maneira explícita) por essa tomada de posição.

A relação do enunciador com o dito se faz através de especificações enunciativas, tais como um modo de saber (modalidade da constatação e do saber), uma avaliação (modalidade da opinião-convicção) e uma motivação (modalidade do querer-desejo). A finalidade do ato de comunicação realiza-se pelo dizer para *fazer-fazer*, através da informação e da demonstração.

No texto, o enunciador constrói seu discurso, modalizando-o através da construção dos papéis enunciativos elocutivos (EUE/TUd). É possível identificar e descrever as imagens que o locutor (enunciador) faz de si mesmo (imagem da organização Banco do Brasil) e do interlocutor (destinatário) construídas na discursivização do texto objeto desta análise.

O discurso procura criar/projetar imagens positivas e bem definidas do locutor (a empresa Banco do Brasil) junto aos funcionários (destinatários), público-alvo do texto informativo. É a imagem do possuidor do saber, cuja identidade de sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", de acordo com seu estatuto e sua situação nas relações

de poder (hierarquia). O sujeito enunciador tem, portanto, o poder e o estatuto para tal.

O sujeito falante (EUE) se enuncia em posição de superioridade, a relação contratual é hierárquica (dizer para *fazer-fazer*), pois enuncia sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (o do Banco do Brasil) sem que o interlocutor (destinatário-TUd) seja implicado nessa tomada de posição. No texto analisado, o interlocutor (TUd) é informado e não chamado a intervir na interação de forma explícita (configurações lingüísticas). O locutor faz de conta que está no lugar do interlocutor quando utiliza pronomes e verbos na primeira pessoal do plural.

A discursivização (estratégias de *mise en scène*) revela imagens de uma organização hierarquizada, normatizadora, imagens possíveis de serem observadas através da modalização do discurso e da construção dos papéis enunciativos elocutivos. A interação ocorre de forma expositivo-informativa e demonstrativa (*fazer-fazer*), cujos procedimentos discursivo-argumentativos caracterizam a influência e o poder que detém a empresa Banco do Brasil.

A análise discursiva do texto possibilita, também, identificar as imagens projetadas dos interlocutores - destinatários (TUd), leitores do texto informativo (os funcionários do BB). São imagens de alguém que está à mercê do enunciador e pode interagir com ele dentro do contrato enunciativo: alguém que supostamente precisa saber para fazer. São imagens de observadores da hierarquia (relações de poder empregador-empregado), cumpridores de normas e instruções; algumas dessas imagens estão implícitas no discurso, conforme a relação contratual e do fazer situacional expressas pelo *fazer-fazer*.

É interessante frisar, ainda, uma das imagens predominantes de leitores/interlocutores (TUd) - a de recebedores de textos informativos - como destinatários passivos, testemunhas da enunciação, visto que não são chamados a intervir na interação (marcas explícitas), apenas participando da encenação do ato de linguagem (discurso modalizado pelos atos elocutivos). Há outra imagem decorrente das anteriores, a imagem de destinatário-ideal (TUd) - o funcionário-leitor - que, por pertencer à estrutura organizacional do BB, recebe a informação, a demonstração, a sugestão para fazer, estando à mercê do enunciador, sendo um interlocutor/destinatário que não está explicitamente

implicado na interação (testemunha do dizer). Nesse caso, a "luta discursiva" (troca linguageira) não poderá se dar senão por simulação (antecipar ou imaginar as reações-objeções do outro). É a imagem de sujeito neutro e por conseqüência exterior à informação veiculada pelo texto (Charaudeau, 1983, p. 104).

A análise discursiva demonstra, ainda, através dos enfoques de orientação enunciativa, argumentativa e descritiva, a extensão da complexidade das estratégias discursivas (*mise en scène*) concebidas pelo sujeito da enunciação para cumprir a finalidade do ato de comunicação - *fazer-fazer* - que, através desse dizer ao destinatário, procede a uma fala performativa que institui a verdade do dizer pela verdade do fazer que a acompanha - uma das chaves do "discurso totalitário" (ibid., p. 98), característica esta que também se verifica na análise do texto 1.

**Texto 3****QUE POSTURA O BANCO ESPERA DO ADMINISTRADOR?**

1 "O Banco espera de seus administradores uma posição muito mais de líder do que de  
2 chefe, uma espécie de maestro que trabalha os talentos individuais e chega à harmonia.  
3 Só faltava um instrumento para a Empresa dizer isso claramente a seus administradores."  
4 Com essas palavras, o diretor de Gestão de Pessoas e Crédito, Leandro Martins,  
5 apresentou a fundamentação estratégica para a elaboração do "Referenciais de Gestão",  
6 lançado oficialmente hoje, em Vitória.

7 "Os bons resultados que o Banco quer e precisa ter a médio e longo prazos passam  
8 necessariamente pelo estilo de gestão", disse Leandro. "Na base da pressão até é possível  
9 obter resultados imediatos, mas eles não se sustentam ao longo do tempo." O diretor  
10 considera ainda que "não é justo cobrar uma posição diferente da que o administrador  
11 tem adotado sem antes ter dito a ele o que deveria fazer."

12 A conduta ideal deve apresentar três efeitos: satisfação dos clientes, bem-estar dos  
13 funcionários e bons resultados financeiros. Com base nesse critério, o Estado anfitrião  
14 do evento já seria avaliado positivamente. Está com nota 8,8 na Pesquisa de Satisfação  
15 do Cliente, apresenta vários itens com a pontuação máxima no Acordo de Trabalho e  
16 bons resultados em Clima Organizacional, em que o único item insatisfatório está  
17 relacionado à recompensa, e mais especificamente a salários, o que independe de ação  
18 do gestor.

19 "Até agora tínhamos dados claros de Acordo de Trabalho e orçamento. Com os  
20 'Referenciais de Gestão' passamos a ter também um orientador de gestão", disse Amauri  
21 Niehues, superintendente estadual do Espírito Santo. O administrador que o Estado  
22 valoriza deve, entre outros pontos, "servir de exemplo para a equipe, ter boa articulação,  
23 envolver as pessoas para alcançar os objetivos."

**Texto 3: Agência de Notícias, 20.11.2000.**

## EXERCÍCIO DE ANÁLISE

### 1 Nível Situacional

**Situação:** Texto informativo divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB.

**Identidade dos protagonistas (EUc/TUi):** Agência de Notícias/Funcionários.

**Contrato de fala:** 1. O locutor (Agência de Notícias): encontra-se em posição de quem detém um saber-fazer.

2. O interlocutor (funcionários): encontra-se em posição de quem necessita do saber-fazer.

**Finalidade do ato de comunicação:** *fazer-saber*.

**Propósito do ato de linguagem:** A conduta/postura que o Banco espera do administrador.

**Circunstâncias materiais:** situação de comunicação monolocutiva.

**Contrato de comunicação:** não intercâmbio.

- Texto escrito e divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB;
- Características do canal de transmissão: verbal, gráfico informatizado, sem troca, com ordem

progressiva das palavras, construção contínua e hierarquizada, sucessão de termos cujo sentido está hierarquizado.

No texto "*Que postura o Banco espera do administrador?*" o nível situacional se constata na elaborada apresentação da emissão e na justaposição dos elementos cenográficos (a base de múltiplos movimentos da câmera no painel em "a postura que o Banco espera do administrador, a conduta ideal", cujo centro é ocupado pelo sujeito comunicante, onde se dispõe a lente frente ao público).

Essa emissão ressalta/destaca que "o Banco espera de seus administradores uma posição muito mais de líder do que de chefe, uma espécie de maestro que trabalha os talentos individuais e chega à harmonia", conforme as palavras do diretor do Banco do Brasil. O sujeito comunicante destaca que "a conduta ideal deve apresentar três efeitos: satisfação dos clientes, bem-estar dos funcionários e bons resultados financeiros". O componente da interação no nível situacional se caracteriza também pela presença do animador/dominador do cenário (tela projeção) e da palavra: o sujeito comunicante que domina/conduz o discurso concede a palavra (voz) ao diretor do BB nos parágrafos 1 (o diretor apresentou), no

parágrafo 2 (disse Leandro, o diretor considera). No parágrafo 4, o locutor dá voz (palavra) a um outro ator (disse Amauri).

Outro dos componentes deste nível situacional é o referente à identidade dos sócios e à relação de força (hierarquia). O sujeito comunicante (locutor), no parágrafo 3, se manifesta em várias dominantes – o instrutor, o informador, o possuidor de saber e da experiência, o juiz sentenciador (a conduta ideal deve) –, enquanto seus interlocutores (os funcionários, sujeitos interpretantes) estão em posição desvantajosa, testemunhando um dizer para *fazer-saber*.

Assim, as condições que emolduram a interação verbal, neste evento comunicativo, estão dadas pela relação empregador-empregado expressa através de uma evidente informação e instrução configuradas pelo dizer para *fazer-saber*.

O texto joga com uma força ilocutiva mediante o uso de verbo modalizador do enunciado (linha 12: a conduta ideal deve) especialmente para indicar conhecimento (modalidade epistêmica), dever/obrigatoriedade (modalidade deôntica) e capacidade (modalidade habilitativa). Como consequência dessa

força modalizadora, o aspecto perlocutivo faz-se presente aos interlocutores.

A finalidade do ato de comunicação implícita no texto, em termos de fins discursivos, é *fazer-saber*, através da informação, da instrução e da demonstração. Esse ato de linguagem do dizer para "fazer-saber" se emoldura dentro de uma tematização (propósito), cujo princípio de pertinência está estreitamente ligado à realização do propósito deste ato de linguagem: fazer-saber sobre que postura o Banco espera do administrador.

## **2 Nível Discursivo**

### **A) Ordem enunciativa**

- Modalidade delocutiva
- Construção dos papéis enunciativos: EUe/TUd

1. *Imagem em relação ao que já foi dito (ponto de vista situacional) - parágrafo (3): "A conduta ideal deve apresentar três efeitos: satisfação dos clientes, bem-estar dos funcionários e bons resultados financeiros."*

No texto, há referências, alusões a saberes antigos e a introdução de novos saberes: "Com base nesse critério, o Estado anfitrião do evento já seria avaliado positivamente."

2. *Imagem da identidade do locutor (EUE)*: é a imagem do possuidor do saber e da experiência, pois ele tem o poder e o estatuto para tal. É a imagem da organização Banco do Brasil. O texto está marcado (modalizado) por asserções constatativas da certeza, do saber, da evidência e da obrigação, configuradas pelo ato enunciativo delocutivo. O saber, a certeza e a obrigação estão marcados na seqüência "a conduta ideal deve apresentar três efeitos: satisfação dos clientes, bem-estar dos funcionários e bons resultados financeiros." A evidência está em: "com base nesse critério, o Estado anfitrião do evento já seria avaliado positivamente".

O locutor:

- coloca, em seu discurso, uma obrigação a realizar; essa "obrigação externa" não depende do locutor mas de um outro que tem o poder para dar uma ordem ao locutor (obrigação). Em consequência, este se submete à ordem

(implícita) que vem a ser o motivo de seu dizer para fazer-saber;

- propõe ao interlocutor executar a ação descrita como meio de melhorar sua situação;
- sabe que o interlocutor está numa situação desfavorável;
- dá-se um estatuto de poder e de saber (baseado em sua "posição" hierárquica e experiência profissional);
- se enuncia em posição de superioridade em relação (relativamente) ao interlocutor, no mesmo instante que o implica (implicitamente) e lhe indica um comportamento a ter.

3. *Imagem que o locutor tem do interlocutor (TUd):* é a imagem de alguém que não sabe (que deve vir a saber), mas que pode interagir enunciativamente; é imagem de alguém que precisa saber para fazer.

O texto está marcado pela modalidade enunciativa de *Asserção*. Essa modalidade se especifica em diversos tipos de "asserção" (evidência, probabilidade, etc.) que correspondem, ponto por ponto, a maior parte das modalidades do elocutivo, no qual se faria desaparecer a responsabilidade do locutor (Charaudeau, 1992, p. 619). A asserção, enquanto fenômeno da

enunciação é, dessa forma, uma modalidade que, por pertencer ao *delocutivo*, não depende nem do locutor, nem do interlocutor, o que explica que todo traço desses dois seja apagado nas configurações lingüísticas (ibid.).

## **B) Ordem enunciatória**

**Gênero:** texto jornalístico informativo

### **Modos de organização do discurso**

- **Modo enunciativo**

1. relação do locutor com o interlocutor: asserção - delocutivo
2. relação do locutor com o propósito (tematização): forma impessoal
3. relação do locutor com o mundo (como se impõe o mundo): Asserção

- **Modo argumentativo**

O locutor apresenta o dispositivo argumentativo:

- a) *Propósito* (tese) - parágrafo (3): o sujeito que argumenta apresenta o propósito: "A *conduta ideal deve apresentar três efeitos: satisfação dos clientes, bem-estar dos funcionários e bons resultados financeiros, ENTÃO com base nesse critério, o Estado anfitrião do evento já seria avaliado positivamente.*"
- b) *Proposição*: o sujeito enunciador é a favor do Propósito e por isso o justifica no quadro de questionamento: "SE a *conduta ideal deve apresentar três efeitos (...), ENTÃO com base nesse critério, o Estado anfitrião do evento já seria avaliado positivamente, POIS está com nota 8,8 na Pesquisa de Satisfação do Cliente, apresenta vários itens com a pontuação máxima no Acordo de Trabalho e bons resultados em Clima Organizacional (...).*
- c) *Persuasão (provas)*: o sujeito enunciador justifica o Propósito no quadro de questionamento (Proposição), demonstrando o seu engajamento e adesão a esse Propósito, levando-o a desenvolver um ato de persuasão destinado a provar a verdade desse Propósito.

### Procedimentos discursivos e da lógica argumentativa

⇒ **parágrafo (3)**: utilização da "explicação por silogismo"  
do tipo "se/então":

**SE A1 ENTÃO A2**

**SE \_\_\_\_\_**

**ENTÃO \_\_\_\_\_ 1ª abordagem**

**São duas relações argumentativas:**

**A1 \_\_\_\_\_ A2 e +**

**A' 1 \_\_\_\_\_ A' 2**

- utilização do procedimento discursivo da *descrição narrativa* que serve para desenvolver todo um raciocínio que produz um efeito de exemplificação. Para Charaudeau (1992, p. 824), esse procedimento se parece com a comparação na medida em que é descrito um fato para reforçar uma prova ou para ser considerada como tal. Neste parágrafo, o sujeito que argumenta, para provar e justificar o propósito (linhas 12/13), apresenta o seguinte fato (descrição narrativa): "o Estado anfitrião do evento já seria avaliado positivamente. Está com nota 8,8 na Pesquisa de

Satisfação do Cliente (prova/justificativa ⇒ *satisfação dos clientes*), apresenta vários itens com a pontuação máxima no Acordo de Trabalho (prova/justificativa ⇒ *bons resultados financeiros*) e bons resultados em Clima Organizacional (prova/justificativa ⇒ *bem-estar dos funcionários*)”.

- utilização do adjetivo *ideal* que qualifica o substantivo *conduta*. Conforme Neves (2000, p. 185), diz-se que os adjetivos que qualificam o substantivo podem implicar uma característica mais, ou menos, subjetiva, mas sempre revestida de certa vaguidade.

A qualificação é uma operação lingüística de ordem nocional que corresponde a uma certa intenção de expressão (Charaudeau, 1992, p. 326), o que caracteriza a qualificação como um processo que consiste em atribuir uma propriedade a um ser. Essa propriedade é o resultado da maneira pela qual o homem percebe e constrói o significado do mundo e testemunha igualmente o modo de visão que o homem - sujeito falante - projeta sobre as qualidades dos seres. Neste caso, o modo de visão é subjetivo ético, pois corresponde a um julgamento que o sujeito falante carrega sobre *isso* que ele percebe e que ele exprime com o objetivo de uma apreciação positiva ou negativa (ibid.). A apreciação subjetiva está no domínio do ético,

neste caso, pois concerne à moral, os códigos de conduta, os dever-fazer dos funcionários.

Orecchioni (1980) descreve unidades, de qualquer natureza e de qualquer nível, que funcionem como índices de inscrição da subjetividade. A autora comenta que "toda unidade léxica é, em um certo sentido, subjetiva, dado que as palavras da língua não são jamais outra coisa que símbolos substitutivos e interpretativos das coisas" (ibid., 91-92).

Para Orecchioni (apud Teixeira, 2001a, p. 271), os adjetivos subjetivos repartem-se em duas subcategorias: afetivos e avaliativos. Os afetivos, ao mesmo tempo, enunciam uma propriedade do objeto que eles determinam e uma reação emocional do sujeito falante face a esse objeto. Entre os avaliativos, Orecchioni distingue os *não-axiológicos* e os *axiológicos*. Os avaliativos não axiológicos compõem a classe que compreende todos os adjetivos que, sem enunciar julgamento de valor nem engajamento afetivo do locutor, implicam uma avaliação qualitativa ou quantitativa do objeto denotado pelo substantivo que eles determinam.

Os avaliativos axiológicos diferem dos precedentes porque traduzem para o objeto denotado pelo substantivo que eles

determinam um julgamento de valor positivo ou negativo. Seu uso varia de acordo com a natureza particular do sujeito da enunciação de que eles refletem o ponto de vista. Orecchioni considera os axiológicos mais fortemente marcados subjetivamente do que os outros dois; no seu entender, o sujeito está mais implicado quando estabelece uma avaliação em termos axiológicos (positivo/negativo) do que em termos não axiológicos (Teixeira, 2001a, p. 272).

- utilização do verbo modalizador do enunciado *deve* (linha 12) para indicar modalidade epistêmica (ligada ao conhecimento = saber) e necessidade deôntica (ligada ao dever = obrigatoriedade).
- utilização do designador anafórico contextual *nesse critério* (linha 13) que retoma o referente "a conduta ideal" para exemplificar, comparar o desempenho do estado anfitrião do evento. No sintagma verbal *já seria*, linha 14, o advérbio de tempo *já* é um circunstancial. Para Neves (2000, p. 256), "lugar e tempo são categorias dêiticas, isto é, categorias que fazem orientação por referência ao falante e ao *aqui- agora*, que constituem o complexo modo-temporal que fixa o ponto de referência do evento de fala".

*Já* (conector), como advérbio de tempo, fórico, indica circunstância, que é referida ao momento da enunciação, numa escala de proximidade temporal. A expressão de tempo pode ligar-se a escalas concretas de mediação determinadas fisicamente: a relação com o momento da enunciação (o falante-agora) pode representar um período demarcado (ibid., p. 259).

Os advérbios não ligados a escalas concretas de mediação, como *já, agora, ainda*, não exprimem momento ou período fisicamente delimitado; apresentam variação de abrangência que pode reduzir-se a um mínimo (pontual), mas pode abranger um período maior ou menor, não só do presente, mas também do passado ou do futuro, desde que toque o momento da enunciação ou se aproxime dela - situação relativa (ibid.).

O verbo *ser* (linha 14) - Futuro do pretérito (*seria*) - exprime um estado acabado/concluído do processo, numa posição de posterioridade em relação ao momento do ato de enunciação (Charaudeau, 1992, p. 461). Esse estado e essa posição engendram um valor fundamental - o "futuro concluído/acabado": "o processo é imaginado concluído" em relação a uma referência que é posterior à atualidade do sujeito falante.

Os advérbios de modo *positivamente* (linha 14) e *especificamente* (linha 17) são modalizadores delimitadores. Neves (2000, p. 250) comenta que “esses advérbios não garantem nem negam propriamente o valor da verdade do que se diz, mas fixam condições de verdade, isto é, delimitam o âmbito das afirmações e das negações”. Conforme a autora, o que ocorre nessa modalização é que o falante circunscreve os limites dentro dos quais o enunciado, ou um constituinte do enunciado, deve ser interpretado, e dentro dos quais, portanto, se pode procurar a factualidade, ou não, do que é dito.

⇒ **parágrafos (1), (2) e (4)**: utilização do procedimento discursivo da *citação de um dizer e de uma experiência*, momento em que o sujeito enunciador dá voz (a palavra) para o diretor (de Gestão de Pessoas e Crédito) e para o superintendente estadual (do Espírito Santo), atores que atuam na encenação do ato de linguagem. Esse procedimento da citação participa do fenômeno linguístico chamado “discurso relatado”, conforme Charaudeau (1992, p. 825). A citação consiste em relatar, o mais fielmente possível (ao menos dando a impressão de exatidão), os próprios depoimentos escritos (ou orais) de um outro interlocutor que é citado para produzir, na argumentação, um efeito de *autenticidade* (ibid.). A citação,

portanto, desempenha um papel de "fonte da verdade" que testemunha um dizer, uma experiência, um saber.

### **3 Algumas conclusões**

A análise revela que, para a realização do ato de comunicação no texto (fazer-saber), as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador são expressas por diversas configurações linguísticas (marcas e formas) que caracterizam o ato enunciativo e os procedimentos discursivo-argumentativos sobredeterminados pelo contrato comunicativo. O sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", enunciando sua posição (ato enunciativo delocutivo) relativamente ao que ele diz sobre o mundo (propósito referencial), sem que o interlocutor seja implicado, ao longo do texto (de maneira explícita), por essa tomada de posição.

A relação do enunciador com o dito se faz através de especificações enunciativas, tais como um modo de saber (modalidade de constatação e de saber), uma avaliação (modalidade de opinião) e uma motivação (modalidade de obrigação). A finalidade do ato de comunicação - *fazer-saber* - realiza-se pelo dizer, através da informação, da instrução e da demonstração.

No texto, o enunciador constrói seu discurso, modalizando-o através da construção dos papéis enunciativos delocutivos (EUE/TUd). É possível identificar e descrever as imagens que o locutor (enunciador) faz de si mesmo (imagem da organização Banco do Brasil) e do interlocutor (destinatário, os funcionários) construídas na discursivização (*mise en scène*) do texto ora analisado.

O discurso procura criar/projetar imagens positivas e bem definidas do locutor/empregador (da empresa BB) junto aos funcionários/empregados, público-alvo do texto informativo. É a imagem do possuidor do saber que informa, instrui, cuja identidade de sujeito falante determina e justifica seu "direito de fala", conforme sua situação nas relações de poder (hierarquia). Então, o sujeito enunciador tem o poder e o estatuto para tal.

No texto, o discurso se caracteriza por uma enunciação delocutiva, modalizado pela asserção e suas variantes constatativas de saber, de obrigação, de evidência. Tudo se passa como se o propósito (ELEX: circuito interno/universo discursivo) estivesse totalmente desligado da subjetividade do EU e como se o enunciador e destinatário não estivessem em tomada de posição um sobre o outro (Charaudeau, 1983, p. 104).

A análise discursiva do texto possibilita, também, identificar as imagens dos interlocutores (TUd) - funcionários leitores - projetadas pelo locutor (EUe). São imagens de alguém que está à mercê do enunciador e que apenas pode interagir com ele dentro do contrato enunciativo: alguém que precisa saber para fazer. São imagens de observadores da hierarquia (relações de poder), cumpridores de normas e instruções (modalização deôntica do discurso: obrigatoriedade); algumas dessas imagens estão implícitas no discurso conforme a relação contratual e do fazer situacional (fazer-saber).

É oportuno frisar, ainda, uma das imagens predominantes de leitores/interlocutores (TUd) - a de recebedores de informações, como destinatários passivos, testemunhas da enunciação, visto que não são chamados a intervir na interação (marcas explícitas), apenas participando da encenação do ato de linguagem (discurso modalizado pelos ato enunciativo delocutivo). Constata-se outra imagem decorrente das anteriores, a imagem de destinatário-ideal (TUd), o funcionário leitor, que, por pertencer à estrutura organizacional do Banco do Brasil, recebe a informação, a instrução e a demonstração, estando à mercê do enunciador, sendo um interlocutor que não está explicitamente implicado na interação (testemunha do dizer). É a imagem de sujeito neutro

e por consequência exterior à informação veiculada no texto (ibid.).

Quanto ao enunciador (EUE), sabendo que o texto não pode falar tudo sozinho, pode-se dizer que ele se apaga por detrás do propósito (o circuito interno do dizer), sendo esta uma outra estratégia discursiva que predomina no texto analisado. Como estratégia discursivo-argumentativa, conforme C. Perelman e L. Olbrechts-Tyteca (2000, p. 183), ela *diminui a responsabilidade do sujeito, criando uma distância entre quem fala e o que ele diz.*

Disso tudo resulta, portanto, que o discurso no texto analisado não é um simples objeto, fruto de uma *mise en scène* discursiva, mas constitui uma organização altamente complexa, de múltipla significância depreendida de múltiplas relações tecidas através das estratégias discursivas de ordem enunciativa e enunciatória.

**Texto 4****MULHER...NOSSA HOMENAGEM À LEA E A TODAS AS MULHERES DO BB**

1 Nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados. Eles ainda definem homem  
2 como "a espécie humana, a humanidade", e a mulher como "parcela da humanidade". O  
3 tempo em que a humanidade pensava assim há muito já passou. Não porque os homens  
4 tenham se aperfeiçoado e mudado sua maneira de pensar espontaneamente. Mas, sim,  
5 porque as mulheres resolveram "virar o barco" e assumir na sociedade posições de  
6 destaque a que antes só homens tinham acesso.

7 Essa "revolução", tão vigorosa, só foi possível porque algumas mulheres começaram a  
8 se impor, a reclamar a tão propalada igualdade social. Uma das pioneiras nessa luta no  
9 BB é Lea Josefina Lionco Bassanesi, a funcionária com mais tempo de serviço no Banco.  
10 Foi aprovada no primeiro concurso em que o BB admitiu mulheres na carreira  
11 administrativa, em 1969. Tomou posse no dia 12 de maio de 1970, em Vacaria - RS;  
12 hoje, trabalha no BB Nossa Senhora de Lourdes - Caxias do Sul - RS.

13 "Fui muito bem-recebida. A integração com a equipe foi ótima. Já sabiam que eu  
14 trabalhava como contadora, e o balancete estava à minha espera. Na época, um gerente  
15 comentava que se pudesse iria escolher as mulheres para sua equipe, pois eram mais  
16 caprichosas e dedicadas. Mas daí até ocuparem cargos de confiança vai uma grande  
17 distância. Não só o Banco, mas toda a sociedade era muito machista. Hoje, está bem  
18 melhor. O número de mulheres comissionadas é significativo. Elas começam a ter mais  
19 oportunidades."

20 Neste dia 8 de março - símbolo da luta da mulher pela igualdade de direitos - a  
21 Agência de Notícias presta essa justa homenagem à colega Lea Josefina, extensiva a  
22 todas as funcionárias do BB.

**Texto 4: Agência de Notícias, 08.03.2001.**

## EXERCÍCIO DE ANÁLISE

### 1 Nível Situacional

**Situação:** Texto informativo divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB.

**Identidade dos protagonistas E<sub>Uc</sub> / T<sub>Ui</sub>:** Agência de Notícias/ Funcionários.

**Contrato de fala:** 1. O locutor (Agência de Notícias): encontra-se em posição de quem detém um saber;  
2. O interlocutor (funcionários): encontra-se em posição de quem necessita desse saber.

**Finalidade do ato de comunicação:** *fazer-crer*.

**Propósito do ato de linguagem (tematização):** a homenagem à Lea e a todas as mulheres funcionárias do BB.

**Circunstâncias materiais:** situação de comunicação monolocutiva.

**Contrato de comunicação:** não intercâmbio.

- Texto escrito e divulgado na Agência de Notícias Hoje no BB;
- Características do canal de transmissão: verbal, gráfico informatizado, sem troca, com ordem progressiva das palavras, construção contínua e

hierarquizada, sucessão de termos cujo sentido está hierarquizado.

No texto "*Mulher...nossa homenagem à Lea e a todas as mulheres do BB*", o nível situacional se verifica na elaborada apresentação da emissão e na justaposição dos elementos cenográficos (a base de múltiplos movimentos da câmera no painel em "homenagem", cujo centro é ocupado pelo sujeito comunicante e pelo dizer da funcionária Lea Josefina, onde se dispõe a lente frente ao público). Também, o cenário do BB e da sociedade brasileira, nos quais as mulheres resolveram "virar o barco e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso", acompanham/emolduram as intervenções do sujeito comunicante, desempenhando um papel determinante na realização do ato de comunicação.

A emissão ressalta, ainda, que "essa 'revolução', tão vigorosa, só foi possível porque algumas mulheres começaram a se impor, a reclamar a tão propalada igualdade social". O locutor finaliza o texto destacando que "neste dia 8 de março - símbolo da luta da mulher pela igualdade de direitos - a Agência de Notícias presta essa justa homenagem à colega Lea Josefina, extensiva a todas as funcionárias do BB".

O componente da interação no nível situacional se caracteriza também pela maciça (significativa) presença do animador/dominador do cenário (tela projeção) e da palavra - o locutor/sujeito comunicante, o qual domina/conduz o discurso e que também concede a palavra (voz) para a funcionária Lea Josefina (linhas 13/19).

Neste nível, cabe caracterizar os contratos de interação. O sujeito comunicante exerce a interação monolocutiva (texto escrito). O outro dos componentes deste nível situacional é o referente à identidade dos parceiros e à relação de força que os vincula. Assim, o sujeito comunicante - a Agência de Notícias - se manifesta em várias dominantes: o de possuidor do saber, da experiência e do conhecimento que tem o "direito da palavra", conforme o seu estatuto e hierarquia (relações de poder), enquanto que seus interlocutores (os funcionários: sujeitos interpretantes) estão em posição desvantajosa, pois testemunham um dizer para *fazer-crer*.

Dessa forma, as condições que emolduram a interação verbal, neste evento comunicativo, estão dadas pela relação "empregador-empregado" expressa através das evidências informativas e demonstrativas presentes no desenvolvimento do fio discursivo do texto.

Vale lembrar que o nível comunicativo é onde se constrói o contrato de fala - a finalidade do ato de comunicação - que atribui aos sócios, os lugares que devem ocupar em função do contrato situacional. Aqui se estabelece uma ponte entre o espaço exterior e o interior do ato de locução. O *nível comunicacional* refere-se a um espaço intermediário, ou ainda, a uma intersecção entre as *limitações do contrato* e as estratégias discursivas efetivadas, o qual delimita um horizonte possível de "maneiras de falar", ou ainda, de *papéis enunciativos*, portanto, *linguageiros*, a serem desempenhados pelo *sujeito comunicante*.

Neste horizonte, cabe caracterizar o como se desenvolve o intercâmbio lingüístico. O texto joga com uma força ilocutiva mediante o uso de verbos de elocução (*precisar, definir, assumir, prestar*), modalizadores do enunciado, especialmente para indicar conhecimento (modalidade epistêmica), dever/obligatoriedade (modalização deôntica), indicação de capacidade (modalidade habilitativa) (Neves, 2000, p. 62). Como conseqüência dessa força modalizadora, o aspecto perlocutivo faz-se presente junto aos interlocutores e se repete na análise dos textos 1 e 2.

A finalidade do ato de comunicação, implícita no texto, em termos de fins discursivos, é *fazer-crer*, através da informação e da demonstração. Esse ato de linguagem do dizer para "fazer-crer" se emoldura dentro de uma tematização, cujo princípio de pertinência está estreitamente ligado à realização do propósito desse ato de linguagem: a "homenagem à Lea e a todas as mulheres do BB".

## **2 Nível Discursivo**

### **A) Ordem enunciativa**

- Modalidade enunciativa: elocutiva
  - Construção dos papéis enunciativos: EUE / TUD
1. *Imagem em relação ao que já foi dito* (ponto de vista situacional): "Nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados. Eles ainda definem homem como 'a espécie humana, a humanidade', e a mulher como 'parcela da humanidade'".

No texto, há referências, alusões a saberes antigos e a introdução de novos saberes (linhas 3 a 6): "O tempo em que a

humanidade pensava assim há muito já passou. Não porque os homens tenham se aperfeiçoado e mudado sua maneira de pensar. Mas, sim, porque as mulheres resolveram 'virar o barco' e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso."

2. *Imagem da identidade do locutor (EUE)*: é a imagem do possuidor do saber, da experiência e do conhecimento; ele tem o poder e o estatuto para tal. É a imagem da organização Banco do Brasil. O texto está marcado pela certeza, com proposições configuradas pela modalidade enunciativa da "opinião". Há a certeza de que os "nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados" porque o tempo em que a humanidade pensava assim há muito já passou. Não porque os homens tenham se aperfeiçoado e mudado sua maneira de pensar. Mas, sim, porque as mulheres resolveram "virar o barco" e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso.

O locutor:

- coloca, em seu discurso, uma ação a realizar;
- sabe que o interlocutor está numa situação desfavorável;

- faz de conta que está no lugar do interlocutor (pronomes na 1ª pessoa do plural);
  - dá-se um estatuto de saber (baseado em sua experiência profissional);
  - pressupõe um fato (ou uma informação) a propósito do qual o locutor explicita o lugar que ele ocupa em seu universo de crença;
  - avalia a verdade de sua proposição e revela, ao mesmo tempo, seu ponto de vista intelectual.
3. *Imagem que o locutor tem do interlocutor (TUd)*: é a imagem de alguém que não sabe (que deve vir a saber), mas que pode interagir enunciativamente; é a imagem de alguém que precisa saber para crer.

O interlocutor:

- encontra-se numa situação desfavorável;
- é beneficiário da proposição (opinião) para melhorar sua situação;
- é livre para utilizar ou não essa proposição de opinião;
- não é implicado, sendo uma "testemunha" dos atos enunciativos expressos pelo locutor.

O texto está marcado pela modalidade enunciativa de OPINIÃO.

### **B) Ordem enunciatória**

**Gênero:** texto jornalístico informativo

### **Modos de organização do discurso**

- **Modo enunciativo**

1. relação do locutor com o interlocutor: de opinião  
– elocutivo
2. relação do locutor com o propósito (tematização):  
1ª pessoa do plural (pronomes: nossa, nossos).
3. relação do locutor com o mundo (como se impõe o mundo): Asserção

- **Modo argumentativo**

O locutor apresenta o dispositivo argumentativo:

- a) *Propósito* (tese) – parágrafo (1): o sujeito que argumenta apresenta o propósito: "Nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados, POIS eles ainda definem homem como a 'espécie humana, a humanidade', e a mulher como parcela da humanidade".
- b) *Proposição*: o sujeito que argumenta questiona o Propósito: SE eles (os dicionários) ainda definem o homem como "a espécie humana, a humanidade", e a mulher como "parcela da humanidade", ENTÃO nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados, POIS o tempo em que a humanidade pensava assim há muito já passou PORQUE as mulheres resolveram "virar o barco", e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso.
- c) *Persuasão (provas)*: o sujeito questiona o Propósito no quadro de questionamento (Proposição), o que o leva a desenvolver um ato de persuasão destinado a provar esse questionamento, apresentando justificativas para a sua tomada de posição. O processo de justificativa é total (se apóia sobre o conjunto do Propósito), valendo-se de proposições expressas no desenvolvimento discursivo do texto.

A forma de provar que o sujeito encontra é apresentando o exemplo de uma mulher funcionária que representa todas as mulheres funcionárias do BB, trazendo o exemplo de Lea, a funcionária com mais tempo de serviço no Banco. O quadro de raciocínio persuasivo (provas) é realizado mediante o questionamento do Propósito, e, em contrapartida, apresenta justificativas para a proposição: "O tempo em que a humanidade pensava assim há muito já passou porque as mulheres resolveram 'virar o barco' e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso."

### Procedimentos discursivos e da lógica argumentativa

⇒ **parágrafo (1)**: utilização do procedimento lógico da *explicação por silogismo* do tipo "se/então/pois":

**SE    A1    ENTÃO    A2    POIS    A3**

SE \_\_\_\_\_

ENTÃO \_\_\_\_\_ 1ª abordagem

POIS \_\_\_\_\_ 2ª.abordagem

**São três relações argumentativas:**

<b>A1</b>	<b>..</b>	<b>A2</b>	<b>e +</b>
<b>A' 1</b>		<b>A' 2</b>	
<b>A' 1</b>		<b>A3</b>	

- utilização do procedimento discursivo da *comparação* que no quadro da argumentação é utilizada para reforçar a prova de uma conclusão ou de um julgamento, produzindo um efeito pedagógico (comparar para ilustrar ou melhor fazer compreender). O sujeito enunciador argumenta que "nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados, *pois* eles ainda definem homem *como* 'a espécie humana, a humanidade' (*qualificação*), e a mulher *como* 'parcela da humanidade' (*qualificação*)": constata-se uma comparação por diferenças (dissemelhanças) quanto à definição que os dicionários apresentam para *homem/mulher*. O sujeito que argumenta afirma que "o tempo em que a humanidade pensava assim há muito já passou, *não porque* os homens tenham se aperfeiçoado e mudado sua maneira de pensar espontaneamente. *Mas, sim, porque* as mulheres resolveram '*virar o barco*' (comparação subjetiva  $\Rightarrow$  *metáfora*) e assumir na sociedade posições de destaque a que antes só homens tinham acesso". Verifica-se a presença de marcas lingüísticas (conectores lógicos) que configuram essa comparação: *como, já, não porque...mas (sim) porque*; esses conectores estabelecem um confronto de idéias, fatos (oposição/restrrição), mostrando seus contrastes. Para Charaudeau (1992, p. 822), na comparação, a

*qualificação* está implicada porque na maior parte do tempo as propriedades são confrontadas para a apreciação das semelhanças e das diferenças.

A utilização da configuração "*Não porque...Mas...porque*" , cuja causa é não justificada ou invalidada por outra causa verdadeira (*não é porque...mas sim porque*) é assim representada: [*Não (porque) (p)...MAS sim porque (q) e (r)*]  $\Rightarrow$  uma restrição com negação marcada pelo articulador *mas*. Na estrutura [*NÃO p, MAS q*] nega-se o conteúdo da primeira proposição para que um novo enfoque seja introduzido pelo articulador *mas*.

- utilização da expressão *virar o barco* (linha 5), que se configura como uma operação lingüística de transferência de sentido, cujo efeito retórico é a metaforização. Conforme Charaudeau (ibid., p. 85), "paralelamente à atividade linguageira que consiste em denominar o mundo de maneira direta e consensual, uma outra atividade é a que consiste em exprimir a experiência humana de maneira indireta e subjetiva". Para isso fazer, os atores da linguagem jogam com as palavras, fazendo *comparações, criando imagens, transgredindo ou subvertendo o sentido comum das*

palavras. De acordo com Charaudeau (ibid.), toda atividade de transferência de sentido é destinada a produzir um efeito de discurso, o qual depende de um tipo de operação lingüística e da natureza semântica das palavras colocadas em questão por essa operação.

- utilização do verbo modalizador de enunciado *precisa* (linha 1) indica uma modalidade deôntica (ligada ao dever/obrigatoriedade);
- utilização de *ainda* (categoria da restrição - linha 1 = até este/esse/aquele momento ou período, considerado como subsequente a outro) e *já* (operador argumentativo - linha 3 = neste/nesse/naquele momento ou período, considerado como precedente de outro), advérbios de tempo fóricos, indicando circunstâncias que são referidas ao momento da enunciação, numa escala de proximidade temporal. Conforme Neves (2000, p. 256), os advérbios circunstanciais de lugar e de tempo são categorias *dêíticas*, isto é, categorias que fazem orientação por referência ao falante e ao *aqui-agora*, constituidores do complexo modo-temporal que fixa o ponto de referência do evento de fala, conforme já comentado na análise do texto 3;
- utilização dos advérbios de modo, modalizadores epistêmicos, *urgentemente* (linha 1) e *espontaneamente* (linha 4), que expressam uma avaliação que passa pelo

conhecimento do falante. O que se avalia é o valor de verdade do que é dito no enunciado. Desse modo, o que os advérbios modalizadores epistêmicos fazem é asseverar, é marcar uma adesão do falante ao que ele diz, adesão mediada pelo seu saber sobre as coisas (Neves, 2000, p. 245). Os advérbios de modo constituem a subclasse mais característica dos advérbios, já que são qualificadores de uma ação, um processo ou um estado, isto é, modificam propriedades de verbos e adjetivos (ibid., 241). Nesse sentido, os advérbios modalizadores compõem uma classe ampla de elementos adverbiais que têm como característica básica expressar alguma intervenção do falante na definição da validade e do valor de seu enunciado: modalizar quanto ao valor de verdade, modalizar quanto ao dever, restringir o domínio, definir a atitude e, até, avaliar a própria formação lingüística (ibid., p. 244).

⇒ **parágrafo (2)**: utilização da *explicação pragmática* para fazer-crer ao interlocutor, “o que as mulheres fizeram para buscar a tão propalada igualdade social a fim de obter mais oportunidades” (linhas 7/8).

- utilização da *descrição narrativa*, cujo procedimento discursivo se parece com a comparação (*tão vigorosa/tão propalada*) na medida em que é descrito um fato ou contada uma história para reforçar uma prova ou para ser considerada como tal. Conforme Charaudeau (1992, p. 824), a descrição narrativa tem existência própria, pois pode servir para desenvolver todo um raciocínio que produz um efeito de exemplificação. O sujeito que argumenta (enunciador) descreve um fato/conta uma história, comparando que "essa revolução, tão vigorosa, só foi possível porque algumas mulheres começaram a se impor, a reclamar a tão propalada igualdade social". E, para provar essa proposição, apresenta, brevemente, a história de Lea Josefina, a funcionária com mais tempo de serviço no Banco.
- utilização da anáfora conceitual *essa revolução* (linha 7), qualificada como "tão vigorosa", só foi possível porque algumas mulheres começaram a se impor, a reclamar a tão propalada igualdade social". *Essa revolução* é quantificada pelo advérbio modificador de intensidade *tão* e qualificada pelo adjetivo *vigorosa*. O adjetivo qualificador *vigorosa* é formado pelo sufixo "osa", que dá idéia de abundância de qualidade. Diz-se que adjetivos desse tipo qualificam o substantivo, o

que pode implicar uma característica mais, ou menos, subjetiva (Neves, 2000, p. 185). O mesmo ocorre em *tão propalada* (linha 8) que quantifica/qualifica "igualdade social", ou seja, o advérbio *tão* (modificador de intensidade) quantifica o adjetivo *propalada* (qualificador).

- utilização de *só* (linha 7), tal como comentado no texto 1, é um advérbio não-modificador que não afeta o significado do elemento sobre o qual incide, não operando sobre o valor de verdade da oração (ibid., p. 239). Trata-se, portanto, de um advérbio de inclusão com exclusividade.
- utilização do conector *porque* (linha 7), categoria lógico-lingüística que exprime uma explicação causal. De acordo com Charaudeau (1992, p. 541), a explicação causal se assenta sobre uma condição indiscutível (*inéluçtable*) que é apresentada como se ela fosse exclusiva, pois o que justifica que se coloque A2 é a existência de A1: "*Essa 'revolução', tão vigorosa, só foi possível (A1) porque algumas mulheres começaram a se impor, a reclamar a tão propalada igualdade social (A2)*". Como já destacado na análise do texto 1, para Neves (2000, p. 804), a relação causal raramente se refere a simples acontecimentos ou situações de um mundo. É necessário considerar que as relações causais

também podem ser relações marcadas por um conhecimento, julgamento ou crença do falante, isto é, existentes no domínio *epistêmico*. Elas não se dão simplesmente entre predicacões (estado de coisas), mas entre proposições (fatos possíveis), passando, então, pela avaliação do falante (causa formal).

⇒ **parágrafo (3)**: utilização do procedimento discursivo da citação de uma experiência (linhas 13/19), o qual integra o fenômeno lingüístico chamado "discurso relatado" (Charaudeau, 1992, p.825). Conforme já comentamos na análise do texto 1, a citação consiste em relatar, o mais fielmente possível, os próprios depoimentos escritos ou orais de um outro interlocutor que é citado para produzir, na argumentação, um efeito de autenticidade. A citação desempenha, neste caso, um papel de "fonte de verdade" que testemunha um dizer, uma experiência, pois o locutor concedeu a voz, a palavra a um outro interlocutor (Lea) que apresenta seu depoimento, o que produz na argumentação um efeito de *autenticidade* para provar a veracidade do novo propósito, seja para constatá-la ou para sublinhar sua exatidão.

- **Modo descritivo**

⇒ **parágrafo (4)**: utilização do procedimento discursivo da *definição* para produzir um efeito de evidência e de saber para o sujeito que argumenta: *"Neste dia 8 de março - símbolo da luta da mulher pela igualdade de direitos - a Agência de Notícias presta essa justa homenagem à colega Lea Josefina, extensiva a todas as funcionárias do BB."* Charaudeau (1992, p. 821) comenta que a *definição* é uma atividade discursiva que pertence à categoria da *qualificação* e ao *modo de organização descritivo*, pois ela consiste, particularmente, em descrever os traços semânticos que caracterizam uma palavra ou expressão (*neste dia 8 de março*) com propriedade particular num certo tipo de contexto.

- utilização do designador *essa* (demonstrativo, linha 21), empregado como: 1) referenciador textual de uso endofórico, pois está se referindo a um fato que já foi referido em parte precedente do texto (anáfora); 2) referenciador situacional (uso exofórico): A expressão que remete à situação, *"a Agência de Notícias presta essa justa homenagem..."*, segue uma especificação representada, neste caso, por uma oração adjetiva (exófora + catáfora). (Neves, 2000, p. 499).

- utilização do adjetivo *qualificador* de avaliação *justa* (linha 21), exprimindo propriedade que define o substantivo (*homenagem*) na sua relação com o falante, ou seja, na direção do falante para o *fato nomeado/descrito*. (ibid., p. 189).

### **3 Algumas conclusões**

Constatamos que, para a realização do ato comunicativo no texto "*Mulher... nossa homenagem à Lea e a todas as mulheres do BB*", as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador são expressas por diversas configurações lingüísticas (marcas e formas) e atos enunciativos/procedimentos discursivo-argumentativos que caracterizam o contrato comunicativo. O sujeito falante enuncia sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (propósito referencial), sem que o interlocutor seja implicado, ao longo do texto, por essa tomada de posição. Resulta daí, então, uma enunciação que tem por efeito modalizar subjetivamente a verdade do propósito enunciado, manifestando o ponto de vista interno do sujeito falante (Charaudeau, 1992, p. 649).

A relação do enunciador com o dito se faz através de especificações enunciativas, tais como um modo de saber (modalidade da constatação e do saber), de uma avaliação (modalidade da opinião) e de uma motivação (modalidade da declaração-afirmação). A finalidade do ato de comunicação - *fazer-crer* - realiza-se através da informação e da demonstração (homenagem), configuradas discursivamente pelo sujeito enunciador.

No texto, o enunciador constrói seu discurso, modalizando-o através da construção dos papéis enunciativos elocutivos (EUE/TUd): no título "Mulher...nossa homenagem à Lea e a todas as mulheres do BB" e no primeiro parágrafo, linha 1, "Nossos dicionários precisam urgentemente ser atualizados"; os pronomes pessoais (1ª pessoa do plural) configuram o ato enunciativo elocutivo. O enunciador (EUE) projeta uma imagem de possuidor do saber, pois ele tem o poder para tal, enquanto que a imagem que o locutor tem do destinatário (TUd) é a de alguém que está à sua mercê e pode interagir com ele, dentro do contrato enunciativo, sendo alguém que, supostamente, não sabe, e que precisa saber para melhorar sua situação de conhecimento. O enunciador faz referências, alusões a saberes antigos e introduz novos saberes

O discurso citado utilizado pelo enunciador, no terceiro parágrafo do texto (linhas 13/19), é um modo de relatar o discurso de origem. É uma modalidade da qual se vale o sujeito falante para valorizar o enunciado, a enunciação, a proposição, como se a reforçasse e se lhe agregasse um peso particular. Na organização discursiva, verifica-se a tentativa de persuasão/convencimento do destinatário pelo enunciador, através da utilização da citação.

O sujeito enunciador utiliza várias estratégias discursivas para a realização do ato de comunicação (finalidade) em toda a extensão discursiva do texto, o que evidencia que o ato de linguagem é uma *encenação*, lugar onde o sujeito falante (EUE) se dirige ao sujeito destinatário (TUd), pondo em prática, intencionalmente, um repertório linguageiro com a finalidade de convencer, seduzir, persuadir, portanto, "fazer-crer", cujas configurações lingüísticas se apresentam de forma marcada, e também de forma implícita/pressuposta.

É possível, ainda, identificar e descrever as imagens da organização (locutor/enunciador) e do interlocutor (destinatário) construídas na discursivização do texto.

O discurso procura criar imagens positivas e bem definidas da empresa junto aos seus funcionários (destinatários), público-alvo do informativo, da mesma maneira que as projeta nos outros textos analisados. O sujeito falante (EUE) se enuncia em posição de superioridade, a relação contratual é hierárquica, pois enuncia sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (o do BB), sem que o sujeito destinatário (TUd) seja implicado nessa tomada de posição. Dessa forma, o sujeito falante desaparece de seu ato de enunciação, o que resulta numa enunciação aparentemente objetiva (desligada de sua subjetividade). Nesse texto, o interlocutor (TUd) é informado e não chamado a intervir na interação de forma explícita (configurações linguísticas). É possível verificar, também, algumas imagens projetadas de empresa alinhada e sintonizada com referenciais de modernidade e com os avanços sócio-histórico-culturais (conquistas e igualdades), visto que projeta uma preocupação com a desigualdade social (direitos e oportunidades) entre homens e mulheres.

É interessante frisar, ainda, uma das imagens predominantes de leitor/interlocutor (TUd): a de receptor de textos informativos, imagem de sujeitos passivos, testemunhas da enunciação, visto que não são chamados a intervir na interação (marcas explícitas), apenas participando da *mise en*

scène do ato de linguagem (discurso modalizado pelo ato elocutivo). Há outra imagem decorrente das anteriores, a imagem de destinatário-ideal (TUd) - o funcionário leitor - que, por pertencer à estrutura organizacional da empresa, recebe a informação, a demonstração, estando à mercê do enunciador, testemunhando um dizer para crer.

Enfim, a análise discursiva do texto demonstra, através dos enfoques de orientação enunciativa e argumentativa, a extensão da complexidade das estratégias discursivas (mise en scène) concebidas pelo sujeito da enunciação para cumprir a finalidade do ato de comunicação - *fazer-crer*.

## **CONCLUSÃO**

A Agência de Notícias Hoje no BB é um dos instrumentos idealizados para agilizar o fluxo de informações entre os diversos órgãos internos, contribuindo para que o Banco atenda bem a seus clientes, seus funcionários e garanta o cumprimento de seu papel institucional.

Esse informativo diário está disponível para todos os funcionários da empresa, através de acesso eletrônico, propiciando que o órgão central responsável monitore quantitativamente os acessos realizados à determinada informação/mensagem, embora não haja segurança/convicção de que o destinatário (o funcionário) tenha lido o texto e internalizado a informação veiculada. Isso, então, não garante que o sucesso da comunicação idealizada tenha sido realizado/concretizado.

Para a análise discursiva dos textos, recorreremos à perspectiva semiolinguística de análise do discurso, que pressupõe uma descrição das características da situação linguageira e da organização discursiva, tomando como ponto de apoio as marcas lingüísticas que vão, justamente, funcionar como "pistas" que poderão levar o analista à situação onde foram concebidos os atos de linguagem e à organização discursiva dos mesmos, pois, segundo essa teoria, todos os atos de linguagem são *encenações*, no sentido teatral do termo. Tais *encenações* resultam da combinação de uma determinada situação de comunicação, de uma determinada organização discursiva e de um determinado emprego de marcas lingüísticas.

Nos textos analisados, observam-se regularidades situacionais, tais como a não-presença dos parceiros, contrato de não intercâmbio, contexto comum e canal gráfico informatizado. Os parceiros não são apresentados fisicamente um ao outro, pois trata-se de textos escritos (situação monolocutiva). Neste caso, o outro (interlocutor), já que não se encontra presente fisicamente (ou não tem direito de falar-conferenciar), é solicitado/implicado pelo sujeito falante conforme a situação que a este convém assinalar. Da mesma maneira, como o outro não pode interagir de imediato (não pode

fazê-lo, senão de maneira diferida), a justificativa do direito de fala já não tem razão de ser, e a luta discursiva, sempre possível, não poderá dar-se senão por *simulação* (antecipar ou imaginar as reações-objeções do outro) (Charaudeau, 2001b, p. 14). Assim mesmo, o sujeito falante se vê relativamente *dono do espaço de tematização*; o introduz, o impõe ao outro, o desenvolve em conveniência e pode completá-lo, sem levar em conta as reações do outro. Dessa maneira, então, o sujeito comunicante (EUc) encontra-se numa situação na qual não pode perceber imediatamente as reações do sujeito interpretante (TUi), podendo apenas imaginá-las. Ele não está, então, à mercê delas e pode organizar o que quer dizer de maneira lógica, progressiva, através de construção contínua e hierarquizada.

Como características identitárias dos parceiros do intercâmbio que se dá nesses textos, destacamos as seguintes: (1) sócio-profissionais: empregador/empregado (Banco do Brasil/funcionários); (2) relacionais: os parceiros têm uma relação de familiaridade sócio-profissional, de ordem hierárquica (ponto de vista situacional/organizacional).

A finalidade do ato de comunicação, implícita, em termos de fins discursivos nos textos, segundo a finalidade

situacional dentro da qual se insere, situa-se no domínio do *fazer-saber*, do *fazer-fazer* e do *fazer-criar*. Esses atos de linguagem se emolduram dentro de uma tematização, cujo princípio de pertinência está estreitamente ligado à realização do propósito do ato de comunicação.

Constatamos que, para a realização do ato comunicativo, nos textos analisados, as estratégias discursivas utilizadas pelo sujeito enunciador são expressas por diversas configurações lingüísticas (marcas e formas) e atos enunciativos/procedimentos discursivo-argumentativos (explícitos ou não) que caracterizam o contrato comunicativo. O sujeito falante enuncia sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (propósito referencial), sem que o interlocutor seja implicado, explicitamente, na maioria das situações, por essa tomada de posição. Resulta daí, então, uma enunciação que tem por efeito modalizar subjetivamente a verdade do propósito enunciado, manifestando o ponto de vista interno do sujeito falante (ibid., 1992, p. 649).

O sujeito enunciador utiliza e manipula várias estratégias discursivas para a realização do ato de comunicação (finalidade) em toda encenação discursiva, o que evidencia que o ato de linguagem é uma *mise en scène*, lugar onde o sujeito

falante (EUE) se dirige ao sujeito destinatário (TUD), pondo em prática, intencionalmente<sup>46</sup>, um repertório linguageiro com a finalidade de *convencer, seduzir, persuadir, provar a validade de um argumento*, para um fazer-saber, um fazer-fazer e um fazer-crer, cujas configurações lingüísticas se apresentam de forma marcada e também de forma implícita/pressuposta.

A relação do enunciador com o dito se faz através de especificações enunciativas, tais como um modo de saber (modalidade de constatação e de saber), de uma avaliação (modalidade de opinião) e de uma motivação (modalidade de obrigação, de desejo (volição) e de declaração).

A análise discursiva dos textos revela que o enunciador (EUE), em sua enunciação, utiliza estratégias discursivas expositivo-informativas, instruindo e demonstrando, valendo-se dos atos enunciativos alocutivo, elocutivo e delocutivo na construção dos papéis enunciativos dos sujeitos que participam da modalização do discurso na relação interacional.

---

<sup>46</sup> Relembramos que a análise Semiolingüística do discurso desenvolve-se dentro de um postulado de "intencionalidade" que estabelece que todo ato de linguagem é um fenômeno de troca entre dois parceiros que se reconhecem nas suas semelhanças e diferenças. Este postulado funda-se no aspecto contratual do ato comunicativo, pois implica um reconhecimento/legitimação recíproco dos parceiros. Assim, toda comunicação humana é produzida de forma interacional e contratual. Este postulado da intencionalidade determina que todo sujeito, ao produzir um ato de linguagem, o faz para influenciar o outro, ou seja, o sujeito tem sempre uma finalidade intencional, permitindo que sejam elaboradas estratégias discursivas.

Os resultados da análise dos textos do informativo Agência de Notícias Hoje no BB possibilitam caracterizar as imagens da empresa e dos funcionários, por ele construídas, conforme comentado a seguir.

Na construção dos papéis enunciativos (EUE/TUd), o sujeito enunciador (EUE) projeta uma imagem de possuidor do saber, da experiência, pois ele tem o poder e o estatuto para tal, enquanto a imagem que esse locutor tem do destinatário (TUd) é a de alguém que está à sua mercê e pode interagir com ele, dentro do contrato enunciativo, sendo alguém que, supostamente, não sabe, e que precisa saber para melhorar sua situação sócio-profissional (relação contratual: empregador/empregado). O enunciador faz referências, alusões a saberes antigos e introduz novos saberes através de sua fala.

Ainda em relação ao enunciador (EUE), como se sabe que o texto não pode falar completamente só - o delocutivo não é o que aparenta ser<sup>47</sup> -, pode-se dizer, então, que ele (enunciador) se apaga por detrás do propósito (o circuito interno do dizer), sendo esta uma outra estratégia discursiva utilizada nos textos analisados. Reiteramos que, como

---

<sup>47</sup> Cf. Charaudeau (1992, p. 575), no ato ato *delocutivo*, o locutor deixa a proposição se impor enquanto tal, como se ele não fosse absolutamente

estratégia discursivo-argumentativa, conforme C. Perelman e L. Olbrechts-Tyteca (2000, p. 183), ela *diminui a responsabilidade do sujeito, criando uma distância entre quem fala e o que ele diz.*

Passamos a descrever imagens da organização (locutor/enunciador) e do interlocutor (destinatário) construídas na discursivização dos textos analisados, divulgados na Agência de Notícias Hoje no BB.

Em relação ao BB, os discursos procuram criar imagens positivas e bem definidas da empresa junto aos seus funcionários (destinatários), público-alvo do informativo. O sujeito falante (EUE) se enuncia em posição de superioridade, a relação contratual é hierárquica (*fazer-saber, fazer-fazer e fazer-criar*), pois enuncia sua posição relativamente ao que ele diz sobre o mundo (o do BB), sem que ele (enunciador) e o destinatário sejam implicados, explicitamente, na maioria das vezes, nessa tomada de posição. Dessa forma, o sujeito falante desaparece de seu ato de enunciação, o que resulta numa enunciação aparentemente objetiva (desligada de sua subjetividade). Reforçamos o que comenta Gomes (2000), quando, no capítulo 3 - *Texto jornalístico: algumas considerações*, ela

---

responsável. Locutor e interlocutor estão ausentes desse ato de enunciação,

cita Barthes para afirmar que o jornalismo é fundamentalmente assertivo e constatativo: é como se os fatos relatados estivessem ligados lingüisticamente a um privilégio de ser; ora, ser assertivo e constatativo é justamente a estrutura do discurso da referencialidade, aquele em que o jogo de eu a tu é eliminado em prol de um efeito de real. Essa ausência faz pensar os fatos como contando-se por si próprios, sendo este o suposto da objetividade.

A discursivização (estratégias de *mise en scène*) revela imagens de uma organização hierarquizada, normatizadora, que informa para instruir, demonstrar, manifestar querer e fazer. Essas imagens são passíveis de serem constatadas através da modalização do discurso e da construção dos papéis enunciativos - alocutivo, elocutivo e delocutivo.

Recorrendo-se à modalização do discurso e à construção dos papéis enunciativos, podemos dizer que, em relação aos interlocutores (TUd) - leitores dos informativos (funcionários do BB) - os discursos projetam imagens de observadores da hierarquia, cumpridores de normas e instruções, sendo que algumas dessas imagens estão implícitas nos discursos conforme

a relação contratual e a do fazer situacional (fazer-saber, fazer-fazer, fazer-crer).

É interessante frisar, ainda, que uma das imagens de leitores/interlocutores (TUd) predominante nesses textos é a de sujeitos passivos, recebedores de textos informativos e instrutivos, testemunhas da enunciação, visto que não são chamados a intervir na interação (marcas explícitas), apenas participando da encenação do ato de linguagem. Nos quatro textos analisados, constatamos em apenas um deles a configuração explícita de implicação do interlocutor (destinatário) em uma modalidade alocutiva de interrogação.

Uma outra imagem, decorrente das anteriores, pode ser observada: a de leitor-modelo - o funcionário-leitor - que, por pertencer à estrutura organizacional da empresa, recebe a informação, a instrução e a demonstração, estando à mercê do enunciador, sendo um interlocutor/destinatário que não está explicitamente implicado na interação, na maioria das vezes, ocupando, então, lugar de *testemunha do dizer*. É a imagem de *sujeito neutro* e por conseqüência exterior à informação veiculada no texto (Charaudeau, 1983, p. 104).

O enunciador projeta o funcionário do BB como um destinatário ideal (TUd), com ampla competência lingüístico-discursivo-pragmática. Além disso, os textos, ao introduzirem um leitor/destinatário que tenha conhecimentos relativamente à organização sócio-político-econômico-cultural do Banco do Brasil e da sociedade brasileira, condiciona sua compreensão ao domínio de um conhecimento de mundo específico. Os textos analisados, ao engendrarem um leitor que somente interagirá comunicativamente caso consiga identificar as operações do enunciador nos vários níveis, são adequados para exemplificarmos as muitas competências necessárias ao leitor destinatário.

Conforme Giering et al (2002, p. 265), podemos associar a idéia de leitor-modelo àquela de Perelman e Olbrechts-Tyteca (1996, p. 37), para quem é possível *caracterizar cada orador pela imagem que ele próprio forma do auditório universal que busca conquistar para suas opiniões*. Ou à de U. Eco<sup>48</sup> (ibid.), o qual acredita que prever o leitor-modelo significa *mover o texto de modo a construir tal leitor*. O leitor-modelo, em seu fazer interpretativo, atualiza as estruturas discursivas, aciona seus conhecimentos sobre a organização da matéria

---

<sup>48</sup> ECO, U. *Lector in Fabula* (1979), citado em Giering et al (2002).

lingüística, sobre o gênero discursivo e seus saberes relacionados às estratégias discursivas.

Os textos analisados, em sua orientação argumentativa, apresentam-se marcados pelas modalidades enunciativas alocutiva (de interrogação), elocutiva (de querer, de opinião) e delocutiva (de asserção).

Em diversas passagens dos textos, o sujeito enunciador usa e manipula os recursos discursivos que tem à disposição, como por exemplo, a *mise en argumentation* (dispositivo argumentativo), a *mise en description* (procedimentos descritivos), produzindo vários efeitos que lhe permitem conduzir a argumentação em direção ao seu objetivo: a concretização da finalidade do ato de comunicação visado. Esses efeitos são obtidos por um constante ajustamento entre a *mise en scène* do dizer e a relação contratual do fazer.

Desse modo, o sujeito enunciador impõe uma visão de mundo ao leitor, sustentando-a de forma argumentativa, descritiva e qualificadora, através da produção do efeito de sentido gerado pelo uso do *dispositivo argumentativo* e *descritivo* e tendo em conta as características que sobredeterminam o *gênero texto jornalístico informativo*; o sujeito enunciador utiliza, assim,

estratégias discursivas que parecem tornar seus enunciados mais verdadeiros, mais verossímeis, recorrendo inclusive às estratégias enunciativas, reveladas em sua enunciação, conforme demonstrado nas análises realizadas.

A análise discursiva dos textos também demonstra, através dos enfoques de orientação enunciativa, argumentativa e descritiva, a extensão da complexidade das estratégias discursivas (*mise en scène*) concebidas pelo sujeito da enunciação para cumprir a finalidade do ato de comunicação de *fazer-saber*, *fazer-fazer* e de *fazer-crer* o destinatário, através da exposição, da informação, da instrução e da demonstração, falas estas que, como já mencionamos, são performativas, pois instituem a verdade do dizer pela verdade do fazer que as acompanha - uma das chaves do "discurso totalitário", conforme já comentado em nossa análise. (Charaudeau, 1983, p. 98). Constata-se, também, a composição de enunciados contrafactuais, de pressupostos, de negações implícitas, que torna o jogo de manipulação das estratégias discursivas para o *crer-verdadeiro* do destinatário bastante complexo, exigindo deste uma série de competências lingüísticas que vão além daquilo que é simplesmente dito.

Na construção das estratégias discursivo-argumentativas, o sujeito enunciador recorre aos procedimentos da explicação pragmática e por silogismo, que permitem organizar a lógica argumentativa (modos de raciocínio). Durante a *mise en scène* (discursivização), o sujeito que argumenta utiliza vários procedimentos discursivo-argumentativos para produzir efeitos de persuasão e provar a validade da argumentação, tais como: os da comparação, da citação e da descrição narrativa. O sujeito enunciador também utiliza procedimentos do modo de organização descritivo (da definição e da qualificação de comportamentos) que coexiste com o argumentativo, chegando a se "enredar" com este para a constituição de um todo significativo.

No nível semiolingüístico, verificamos que os textos são o resultado de atos de linguagem produzidos por um sujeito dado (locutor/Agência de Notícias) dentro de uma situação de intercâmbio social dada (o Banco do Brasil e seus funcionários) e possuindo uma forma peculiar.

Constatamos um *saber-fazer* em termos de composição textual e discursiva: os textos são organizados/estruturados em parágrafos bem delimitados (composição interna), marcados por diversas formas e regras combinatórias dos signos verbais

utilizados para expressar as intenções de comunicação do sujeito comunicante, tudo de acordo com os elementos do marco situacional e as exigências da organização do discurso (enunciativo/argumentativo/descritivo).

Destacamos, também, um *saber-fazer* em termos de construção sintática e gramatical devido à utilização dos distintos tipos de construção frasal (complexidade discursiva), das marcas lógicas (conectores), do sistema dos pronomes, das anáforas, das modalidades e de todo o aparato formal da enunciação (verbos modais, advérbios, adjetivos e locuções).

Verificamos, finalmente, um *saber-fazer* relativo ao uso das palavras e do léxico segundo o valor social que transmitem (rituais linguageiros), em função de seu valor de identificação e sua força portadora de verdade (situação de comunicação) e, dessa forma, identificam os que as usam (o Banco do Brasil e funcionários), pois delimitam posicionamento, imagem da empresa, imagem do interlocutor, remetendo às atividades sócio-profissionais.

Dessa forma, consideramos que os textos analisados apresentam alto grau de complexidade, avaliadas sua organização sintática, semântica e discursiva, o que implica a

construção elaborada de estratégias discursivas que exigem, do sujeito que se comunica e do sujeito que interpreta, uma competência específica que consiste em saber reconhecer e usar as palavras em função de seu valor de identificação e sua força portadora de verdade. Esta competência da linguagem é o resultado de "um movimento de ida e volta permanente" entre a atitude para reconhecer as condições sociais de comunicação, a atitude para reconhecer-manejar as estratégias do discurso e a atitude para reconhecer-manejar os sistemas semiolingüísticos, as quais se encontram mutuamente incluídas (Charaudeau, 2001b).

Em resumo, os resultados mostram que os textos analisados, inseridos e divulgados no informativo diário Agência de Notícias Hoje no BB, remetem a um locutor (sujeito comunicante) que detém um saber e um poder e a um interlocutor (sujeito interpretante: os funcionários) que não é, supostamente, possuidor do saber, mas está na condição de dever adquiri-lo (relação hierárquica: empregador/empregado). Além disso, a situação de comunicação conduz ao conjunto de restrições e liberdades (contrato comunicativo) a que se submete o gênero "texto jornalístico informativo", determinando as estratégias discursivas utilizadas pelo

sujeito da enunciação em função da intencionalidade do ato de comunicação (perlocução).

Como todo enunciado, os discursos que circulam na Agência de Notícias Hoje no BB implicam uma dada situação de enunciação. As circunstâncias empíricas dessa produção incluem elementos de diferentes ordens: algo é dito e/ou escrito em determinado lugar, em determinado momento, por determinado indivíduo que interage com um outro. Tudo isso, porém, nos parece insuficiente, porque convém apreender o discurso não em sua gênese, mas como dispositivo de comunicação; o que um texto diz, na constituição do discurso, pressupõe uma situação de comunicação determinada. É no discurso e pelo discurso, então, que a enunciação se legitima, as estratégias discursivas se concretizam, o ato de comunicação se realiza. Mas isso se dá numa circularidade, onde a situação de enunciação legitima o discurso, ao mesmo tempo que este a legitima.

Considerando os aspectos já comentados, os resultados de nossa análise permitem verificar que a empresa tem a sua imagem construída a partir dos conceitos de instituição moderna, auto-suficiente, eficiente, capaz de identificar o

seu funcionário como integrante do time Filial/Matriz, constituindo um universo próprio.

Contudo, percebemos que os funcionários, público-alvo (sujeito destinatário) não estão explicitamente inseridos na maioria dos textos, o que significa que não têm papel ativo no processo enunciativo/comunicativo, sendo considerados apenas como destinatários/interpretantes (receptores), sujeitos neutros que testemunham um dizer para fazer conforme a relação contratual que mantêm com a empresa.

Através das análises discursivas de textos escritos divulgados na Agência de Notícias Hoje no BB, percebe-se a cena enunciativa construída pelo informativo: os destinatários são excluídos, via de regra, do circuito comunicacional, não sendo considerados, portanto, como co-enunciadores do discurso. Essa encenação do ato de linguagem aponta para possíveis hipóteses de utilização dos conceitos de comunicação e informação pela Agência de Notícias, de acordo com um ideal de harmonia, de perfeição e de ausência de mal-entendidos ou ambigüidades.

A análise mostra, porém, que a imagem de coesão de uma equipe trabalhando em harmonia para atingir seus objetivos

organizacionais é, na verdade, substituída por outra, na qual se dá a construção de dois grupos distintos: os que ocupam uma posição de prestígio (o presidente, os diretores, os funcionários administrativos) e os que são desconsiderados enunciativamente no discurso, os funcionários, visto que apenas desempenham papéis de testemunhas do dizer para fazer.

Podemos dizer, finalmente, que o objeto jornal de empresa/informativo diário Agência de Notícias Hoje no BB parece não ser feito para ser lido pelos funcionários, prioritariamente, mas, antes de tudo, para legitimar a imagem da própria empresa. Ele funciona, assim, como uma peça de publicidade.

Conforme destaca Bento (2001, p. 111-112), tornou-se quase impossível falar de sucesso organizacional, em praticamente qualquer área de negócio, sem falar de novas tecnologias da informação, sua utilização constituindo-se, atualmente, numa necessidade incontornável para as organizações, pelos incrementos qualitativos e quantitativos importantes que pode trazer aos processos de negócio. No entanto, é preciso ter em conta que as novas tecnologias de informação devem ser entendidas e implementadas como ferramentas de suporte aos processos de mudança organizacional e de gestão da inovação,

sem esquecer que a mudança só é eficaz quando se conjugam os fatores tecnológicos e organizacionais com os fatores humanos.

Finalmente, cabe ressaltar que as análises feitas apontam para resultados reveladores da eficácia de alguns dos pressupostos da teoria de Charaudeau: (1) a *mise en scène* do ato de linguagem repousa fundamentalmente sobre um jogo recíproco de avaliação dos parceiros, um sobre o outro, para operacionalizar a produção de um *dizer* e a interpretação desse *dizer*. Assim definido, o ato de linguagem é sempre um ato interacional, mesmo quando os parceiros não são apresentados fisicamente um ao outro, nem estão numa relação de troca imediata (relação monolocutiva); (2) devemos considerar que a análise de um ato de linguagem não pode pretender dar conta da totalidade da intenção do sujeito comunicador (EUC), porque, primeiramente, o objeto observado é o texto já produzido, não se tendo acesso aos mecanismos que presidiram a produção do texto; em segundo lugar, tudo o que se pode dizer sobre as intenções de um sujeito comunicador são hipóteses de outros sujeitos interpretantes (Charaudeau, 1983, p. 56).

Entendemos que este modelo teórico de análise do funcionamento da comunicação e das competências de linguagem permite dar conta da dinâmica dos intercâmbios lingüísticos,

como o jogo em nível sócio-comunicativo do cálculo que os sócios fazem de um ao outro para estabelecer a ponte da comunicação. O reconhecimento dos sócios do ato de comunicação se realiza com base em um princípio de pertinência de suas diversas habilidades lingüísticas. Assim, enfatizamos que a linguagem é um fenômeno complexo, unidade de ação e normatização numa interação comunicativa. E aí, novamente se revela a força e o mistério de sua riqueza.

Um dos pontos fortes dessa análise do discurso é, pois, na nossa opinião, o fato de considerar o ato de linguagem como resultante de uma espécie de "jogo", ou seja: o ato de linguagem se mantém numa constante manobra de equilíbrio e de ajustamento entre as normas de um dado discurso e a margem de manobra permitida por esse mesmo discurso. Tais manobras discursivas vão dar lugar à produção de estratégias, por parte dos sujeitos comunicante e interpretante.

Charaudeau (1996, p. 40) lembra que:

"Para evitar que uma lingüística seja, de certo ponto de vista, ingênua, é necessário que sua teoria e seus instrumentos de análise sejam centralizados sobre a descoberta dos jogos de significação psicossocial dos atos de linguagem que se trocam numa comunidade sociocultural. É na carga semântica dos vocábulos, por meio dos modos de organização discursiva que os integram,

e numa situação de intercâmbio, que se podem levantar as marcas desses jogos.”

Trabalhar com a hipótese de que o ato de linguagem se configura em torno de objetivos socioculturais significa relacionar a atividade comunicativa à situação extralingüística, tomando o discurso como objeto de estudo de uma lingüística que transcende o domínio da frase para se situar em nível de discurso. No primeiro caso, o sentido é dado *a priori*; no segundo, ele é o resultado da articulação de vários elementos referentes às condições de produção e à matéria lingüística. Conseqüentemente, os interlocutores não podem ser definidos em termos de “emissor que produz uma mensagem/destinatário que recebe essa mensagem”, mas como *sujeitos sociais* que interagem *na* e *para* a construção do sentido. O canal de comunicação não é apenas o meio físico por onde circula a mensagem, mas o suporte material também constitutivo do sentido, na medida em que relaciona a instância de produção com a instância de recepção do ato comunicativo, condicionando o fazer de cada uma delas.

Considerar o ato de linguagem no âmbito dessas relações intersubjetivas significa considerar o sentido como imanente à situação de comunicação, fazendo emergir os parâmetros contextuais que condicionam as manifestações languageiras.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AGÊNCIA DE NOTÍCIAS: *Manual de redação*. Brasília: Banco do Brasil, jun. 1999.
2. ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo: Boitempo, 2001.
3. AROUCA, Márcia de Azevedo, AROUCHE, Inês M. Pacheco, MELLO, Elizabeth E. de. As imagens da empresa nas entrevistas. In: SOUZA-E-SILVA, M.C.P., MACHADO, Ana Rachel (orgs.). *The Specialist*, vol. 19, n. Especial. São Paulo: EDUC, 1998. p. 305-316.
4. BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1995.
5. \_\_\_\_\_. Gêneros do discurso: problemática e definição. In: \_\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p. 279-326.

6. BANCO DO BRASIL. *Estratégia, Marketing e Comunicação. A mídia e a construção da imagem empresarial: bases para o relacionamento do Banco do Brasil com a imprensa.* Brasília: Banco do Brasil, 2001.
7. BARBERO, Jesús M. *América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social.* In: SOUSA, Mauro W. de. *Sujeito: o lado oculto do receptor.* São Paulo: Brasiliense, 1995.
8. BENTO, Antonio José. *Novas tecnologias de informação a serviço das organizações na sociedade da informação: o caso do groupware.* In: GARCIA, António Pereira et. al.(orgs.). *Globalizações: novos rumos no mundo do trabalho.* Florianópolis: Ed. da UFSC, SOCIUS, 2001. p. 103-146.
9. BENVENISTE, Émile. *O aparelho formal da enunciação.* In:\_\_\_\_\_. *Problemas de lingüística geral.II.* Campinas, SP: Pontes, 1989. p. 81-90.
10. BOUTET, Josiane. *Activité de langage et activité de travail.* *Futur Antérieur*, .n.16, Paris, L'Harmattan, 1993, p. 53-62.
11. \_\_\_\_\_. *Construire le sens.* Bern: Peter Lang, 1994.
12. \_\_\_\_\_. *Présentation.* In: BOUTET, Josiane (org.). *Paroles au travail.* Paris: L'Harmattan, 1995. p. 11-19.
13. CHARAUDEAU, Patrick. *Langage et discours: éléments de sémiolinguistique.* Paris: Hachette, 1983.

14. \_\_\_\_\_. Une théorie des sujets du langage. *Langage & Société*, Paris, Fasc.I, v.28, p. 37-51, Juin.1984.
15. \_\_\_\_\_. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.
16. \_\_\_\_\_. Une analyse sémiolinguistique du discours. In: MAINGUENEAU, Dominique (org.). *Langages*, n.117, les analyses du discours en France. Paris: Larousse, p. 96-111, mars. 1995.
17. \_\_\_\_\_. Para uma nova análise do discurso. In: CARNEIRO, Agostinho Dias (org.). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996. p. 5-43.
18. \_\_\_\_\_. *Les discours d'information médiatique: la construction du miroir social*. Paris: Nathan-INA, 1997.
19. \_\_\_\_\_. L'argumentation n'est peut-être pas ce que l'on croit,. *Le française aujourd'hui*. Paris, n. 123, p. 6-15, sept. 1998.
20. \_\_\_\_\_. Análise do discurso: controvérsias e perspectivas. In: MARI, Hugo et al. (orgs.). *Fundamentos e dimensões da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG/FALE/Núcleo de Análise do Discurso: Carol Borges, 1999. p. 27-43.
21. \_\_\_\_\_. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, Hugo, MACHADO, Ida Lúcia, MELLO, Renato de (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 2001a. p. 23-38.

22. \_\_\_\_\_. De la competencia social de comunicación a las competencias discursivas. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*. Caracas, n. 1, p. 7-22, ago. 2001b.
23. DE SOUZA, Wander Emediato. Retórica, argumentação e discurso. In: MARI, Hugo, MACHADO, Ida Lúcia, MELLO, Renato de (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 2001. p. 157-177.
24. DIJK, Teun A. van. *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós, 1996.
25. DUARTE, Francisco José de C.M., FEITOSA, Vera Cristina R. (orgs.). *Linguagem e trabalho*. Rio de Janeiro: Lucerna, 1998.
26. FEITOSA, Vera. Escritos de trabalho: recortes analíticos. In: DUARTE, Francisco José de C.M., FEITOSA, Vera Cristina R. (orgs.). *Linguagem e trabalho*. Rio de Janeiro: Lucerna, 1998. p. 37-50.
27. FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo*. 2. ed. São Paulo: Ática, 2001.
28. FLORES, Valdir. Uma proposta de não simetrização do sujeito: princípios de uma semântica metaenunciativa. In: \_\_\_\_\_. *Linguística e psicanálise: princípios de uma semântica da enunciação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999. p. 157-228.

29. FREITAS, J.M.M. de. *Comunicação e psicanálise*. São Paulo: Escuta, 1992.
30. GIERING, Maria Eduarda, MOURA, Adila Beatriz Naud de, VEPPPO, Maria Helena Albé. *Construção complexa do leitor-modelo de manuais de geografia: exame do texto "Brasil no contexto internacional"*. In: BARBISAN, Leci B., GIERING, Maria Eduarda, TEIXEIRA, Marlene (orgs.). *Texto situado: textualidade e função comunicativa*. Pelotas: Educat, 2002. p. 263-280.
31. GOMES, Mayra Rodrigues. *Jornalismo e ciências da linguagem*. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000.
32. HALLIDAY, Tereza L. *A retórica das multinacionais: a legitimação das organizações pela palavra*. São Paulo: Summus, 1987.
33. JACOBUS, Artur Eugênio, MELLO, Vera Helena Dentee de, GIERING, Maria Eduarda. *Dissertar é argumentar? Uma análise de manuais de redação*. *Letras de Hoje*, Porto Alegre, v. 36, n. 4, p. 247-262, dezembro, 2001.
34. JAKOBSON, Roman. *Lingüística e poética*. In: \_\_\_\_\_. *Lingüística e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 1993. p. 118-162.
35. LE ROBERT MICRO: *dictionnaire d'apprentissage de la langue française*. Paris: Dictionnaires Le Robert, v. 1, 1998.
36. LYSARDO-DIAS, Dylia. *O saber-fazer comunicativo*. In: MACHADO, Ida Lúcia, CRUZ, Amadeu Roselli, LYSARDO-DIAS, Dylia (orgs.). *Teorias e práticas discursivas: estudos*

- em análise do discurso. Belo Horizonte: UFMG/FALE/Núcleo de Análise do Discurso: Carol Borges, 1998. p. 15-24.
37. MACHADO, Ida Lúcia. Uma teoria de análise do discurso: a semiolinguística. In: MARI, Hugo, MACHADO, Ida Lúcia, MELLO, Renato de (org.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 2001. p. 39-61.
38. MAINGUENEAU, Dominique. Présentation. *Langages*, n.117, les analyses du discours em France, Paris: Larousse, p. 5-11, 1995.
39. MARCONDES, Ciro. *Sociedade e tecnologia*. São Paulo: Scipione, 1994.
40. MARCUSCHI, Luiz Antônio. Aspectos da questão metodológica na análição verbal: o continuum qualitativo-quantitativo. *Revista Latinoamericana de Estudios Del Discurso*. Caracas, n.1, p. 23-42, ago. 2001.
41. MATTELART, M., MATTELART, A. *O carnaval das imagens*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
42. MENDES, Paulo Henrique A .Sobre o contrato de comunicação: do discurso ao debate político eleitoral. In: MARI, Hugo, MACHADO, Ida Lúcia, MELLO, Renato de (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 2001. p. 313-346.
43. MENEZES, William Augusto. Faces e uso da argumentação. In: MARI, Hugo, MACHADO, Ida Lúcia, MELLO, Renato de (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*.

Belo Horizonte: Núcleo de Análise do Discurso, FALE/UFMG, 2001. p. 179-199.

44. MOHERDAUI, Luciana. *Guia de estilo web*. São Paulo: Editora SENAC-SP, 2001.
45. MORGAN, Gareth. Introdução. In: \_\_\_\_\_. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 1996, p. 15-20.
46. NEVES, Maria Helena de Moura. *Gramática de usos do português*. São Paulo: Editora UNESP, 2000.
47. ORECCHIONI, Catherine Kerbrat. *L'énonciation: de la subjectivité dans le langage*. Paris: Librairie Armand Colin, 1980.
48. \_\_\_\_\_. *Les interactions verbales*. Paris: Librairie Armand Colin, 1990.
49. PERELMAN, Chaïm. *O império retórico: retórica e argumentação*. Porto: Edições Asa, 1977.
50. PERELMAN, Chaïm, OLBRECHTS-TYTECA, Lucie. *Tratado de argumentação: a nova retórica*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
51. PEYTARD, Jean, MOIRAND, Sophie. *Discours et enseignement du français: les lieux d'une rencontre*. Paris: Hachette, 1992.
52. SOUZA E SILVA, Maria Cecília P. de. Estudos enunciativos: atividades de linguagem em situação de trabalho. In: BRAIT, Beth (org.) *Estudos enunciativos no Brasil*:

histórias e perspectiva. Campinas, SP: Pontes: São Paulo: Fapesp, 2001. p. 131-146.

53. \_\_\_\_\_. Linguagem e trabalho. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 02.ago.1999. B2, 1-4 c.
54. TEIXEIRA, Marlene. A constituição heterogênea do sujeito discursivo: um exercício de análise em partido alto de Chico Buarque. In: CORACINI, Maria José, PEREIRA, Aracy Ernst (orgs.). *Discurso e sociedade: práticas em análise do discurso*. Pelotas/RS: ALAB/EDUCAT, 2001a. p. 257-300.
55. \_\_\_\_\_. Discurso e trabalho: uma proposta de intervenção. *Letras de Hoje*, Porto Alegre, v. 36, n. 4, p. 183-202, dezembro, 2001b.
56. TOULMIN, Stephen E. Racionalidade e razoabilidade. In: CARRILHO, M. M. (org.). *Retórica e comunicação*. Lisboa: Edições Asa, 1994.
57. VION, R. *La communication verbale: analyse des interactions*. Paris: Hachette, 1992.

## **ANEXOS**

**ANEXO A - Texto 1**

**Anexo B - Texto 2**

**Anexo C - Texto 3**

**Anexo D - Texto 4**