

A EMERGÊNCIA DE FÓRMULAS DISCURSIVAS NAS DISPUTAS PELA PRIMAZIA DA NOTÍCIA

Marília Giselda RODRIGUES (Universidade de Franca)¹
mariliagiselda@uol.com.br

Resumo: com base nos estudos de fórmulas discursivas realizados por Alice Krieg-Planque e nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso francesa, mais especificamente as noções de percursos, interdiscurso, interincompreensão e simulacro, bem como os conceitos de *ethos* e cenografia, tais como desenvolvidos por Dominique Maingueneau, se propõe uma análise de alguns sintagmas com possível destino formulaico, em discursos que polemizam sobre o estatuto do jornalismo tradicional frente à emergência de outras práticas discursivas que podem ser (ou não) consideradas jornalísticas. A análise de expressões como “privatização/democratização da informação”, “espaço público”, “mediativismo”, “jornalismo cidadão”, “jornalismo ninja” e outros sintagmas permite identificá-los como marcas de interincompreensão em discursos nos quais o que está em jogo, quase sempre, de um posicionamento a outro no espaço interdiscursivo, é a defesa de uma atividade de trabalho.

Palavras-chave: jornalismo; fórmulas discursivas; interincompreensão; *ethos*; cenografia.

1 Introdução

Recentemente, pudemos assistir a debates acalorados em torno da atuação do grupo denominado *Mídia Ninja*, na cobertura dos protestos de junho de 2013, que começaram como forma de mobilização contra o aumento das tarifas dos transportes públicos e, após forte repressão popular, se transformaram numa enorme onda de passeatas no país todo, com repercussão internacional, abrangendo uma variedade de reivindicações como fim da corrupção na política, melhoria dos serviços públicos, dentre outras.

O *Mídia Ninja* é um grupo de mídia criado em 2011, a partir de um coletivo de redes independentes de produção cultural, o Fora do Eixo, cujo propósito inicial seria o de promover alternativas solidárias para a produção de eventos e projetos artístico-culturais. A atuação do *Mídia Ninja* em coberturas jornalísticas de grande repercussão era praticamente desconhecida do grande público, embora o grupo tivesse feito coberturas na Marcha da Maconha e na Marcha da Liberdade, em 2011. Em 2012 fizeram uma cobertura da situação dos índios Guarani-Kaiowá no Mato Grosso do Sul. Esses materiais, entretanto, chegaram ao conhecimento de poucas pessoas, a maior parte delas jovens usuários das redes sociais.

Nas manifestações de 2013, o grupo foi considerado um dos responsáveis pela “virada” na cobertura que a grande mídia fazia do acontecimento, primeiramente, segundo alguns analistas, uma cobertura caracterizada como “parcial”, com a defesa dos interesses do

¹ Docente do Mestrado em Linguística da Universidade de Franca (UNIFRAN) e dos cursos de graduação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda dessa mesma instituição. Pesquisadora do grupo ATELIER Linguagem e Trabalho (PUCSP/CNPq), do GTEDI (UNIFRAN/CNPq) e do GEDI (Uni-FACEF/CNPq). Agradeço aos amigos do LAEL-PUCSP, reunidos em torno do grupo de estudos liderado pela Profa. Dra. M. Cecília P. de Souza-e-Silva, a oportunidade de debater aspectos deste trabalho em fase anterior à sua apresentação no SILEL e as contribuições recebidas.

Estado, em detrimento dos interesses dos manifestantes ou da população, e só depois de mostrada a violência policial contra os manifestantes, a cobertura teria se modificado:

Em um primeiro momento, a imprensa exigiu rigor na repressão ao movimento e conclamou a polícia à ação. A partir do dia 13 de junho, com as agressões dos policiais aos repórteres e fotógrafos em São Paulo, a cobertura foi ganhando outra conotação e as autoridades também mudaram de discurso, condenando o uso da força policial (OBSERVATÓRIO da Imprensa, 2013, s/n)².

A atuação dos jornalistas independentes dos grandes veículos ganhou notoriedade. Eles passaram a ser tema de reportagens nos principais jornais diários, nas revistas semanais e nos sites de notícias na internet e foram alçados ao estatuto de “fenômeno de comunicação” não somente no Brasil, mas também no cenário internacional, em noticiário do *New York Times*, *El País*, *The Guardian*, *Washington Post* e outros. Em 5 de agosto, um dos programas de entrevista de maior credibilidade da televisão brasileira, o *Roda Viva*, da TV Cultura, entrevistou um representante do *Mídia Ninja* e o criador do coletivo Fora do Eixo, Pablo Capilé. Depois disso, teve início uma série de debates sobre a atuação do *Mídia Ninja*, em um processo que se caracterizou pela polêmica e pela polarização. De um lado, aqueles que viam no modo de atuar do grupo uma nova forma de jornalismo, possível e condizente com a contemporaneidade. De outro lado, aqueles que criticam os jovens jornalistas, num processo de demonização do fenômeno que produziu até mesmo uma improvável convergência entre as posições das revistas *Veja* e *Carta Capital*, sempre muito diferentes em assunto de política.

Nesse contexto, surgem expressões novas como “jornalismo ninja”, “pós-jornalismo”, “midiativismo”, bem como são retomadas expressões como “privatização/democratização da informação”, “espaço público”, “jornalismo cidadão” e outros sintagmas, cujas possibilidades para adquirir o caráter de *fórmulas discursivas* pode ser interessante investigar. Mais importante, entretanto, do que assegurar ou não a potencialidade dessas expressões virem a se tornar fórmulas discursivas, é o estudo de seus *percursos* (MAINGUENEAU, 2008a), por meio do qual se busca tais formas cristalizadas na língua, funcionando em diversos campos discursivos diferentes, independentemente dos gêneros nos quais venham a ser tomadas.

Assim, acredito que o estudo desses sintagmas pode auxiliar na leitura dos discursos nos quais aparecem, considerando o interdiscurso, o espaço de trocas entre os discursos do jornalismo tradicional e do “novíssimo” jornalismo (RODRIGUES, 2013), como regulador dos simulacros construídos por cada um dos posicionamentos acerca do discurso do outro.

2 Os percursos e as fórmulas discursivas

Os percursos equivalem a unidades não-tópicas de análise, ou seja, não pertencentes *a priori* a um gênero discursivo ou a uma determinada instituição ou campo discursivos, com base nas quais o analista pode, sem a preocupação de construir espaços de coerência, estudar a recorrência de certas unidades (de ordem lexical, proposicional ou mesmo pequenas frases, fragmentos de textos), acompanhando seu percurso pelo interdiscurso, suas retomadas e atualizações (MAINGUENEAU, 2008a). Tais estudos são, hoje em dia, bastante facilitados pelos programas e sites de busca na internet, que permitem recuperar eventos de uso de tais unidades, explorando a dispersão, a circulação, e facilitando o trabalho do analista, que é o de

² Disponível em: <<http://tvbrasil.ebc.com.br/observatorio/episodio/a-midia-nos-protestos>>. Acesso em 8.ago.2013.

desestruturar unidades instituídas, em busca de percursos inesperados e relações de sentidos insuspeitas.

Conforme Maingueneau, a proposta de dar um estatuto aos percursos na AD repousa sobre a constatação de que o discurso tem espaços delimitados, mas tem também

fórmulas, frases, textos que circulam e que são apropriados por diversos atores, mas que não têm uma significação estável porque a circulação faz com que o sentido seja sempre construído [...] circulam e são apropriados de modos totalmente diversos por pessoas que acreditam que falam da mesma coisa (MAINGUENEAU, 2009, s/p).

A linguista francesa Alice Krieg-Planque analisou os modos como o sintagma “purificação étnica” circulou a partir dos anos 1990 em jornais franceses em matérias sobre os conflitos étnicos na antiga Iugoslávia. A partir de seus estudos, apoiados em grande parte nas propostas de Jacqueline Authier-Revuz sobre as formas e os campos de representação da heterogeneidade enunciativa, estabeleceu como critérios para que um sintagma possa ser considerado uma fórmula: a) se caracterizar por uma forma linguística cristalizada; b) se inscrever numa dimensão discursiva; c) funcionar como um referente social e, d) comportar um aspecto polêmico. Tomemos as palavras da própria autora:

Em um momento do debate público, uma sequência verbal, formalmente demarcável e relativamente estável do ponto de vista da descrição linguística que se pode fazer dela, põe-se a funcionar nos discursos produzidos no espaço público como uma sequência tão partilhada quanto problemática. Empregada em usos públicos que a investem de questões sócio-políticas por vezes contraditórias, essa sequência conhece então um regime discursivo que faz dela uma *fórmula*: um objeto descritível nas categorias da língua e cujo destino – ao mesmo tempo invasivo e continuamente questionado – no interior dos discursos é determinado pelas práticas languageiras e pelo estado das relações de opinião e de poder em um momento dado no seio do espaço público (KRIEG-PLANQUE, 2003, p. 14).

Parte importante do que se pode chamar de um método para estudo das fórmulas consiste em olhar para a metalinguagem dos atores sociais envolvidos na sua circulação. Assim, acredita-se que conciliar os conceitos de cenografia e *ethos* – que remetem à instância enunciativa do discurso, envolvendo o estudo das modalidades, do estatuto de enunciador e co-enunciador postulados no discurso, da cena de fala que o próprio discurso constrói e ao mesmo tempo o legitima – às formas de aparição desses sintagmas na metalinguagem dos enunciadores mobilizados por tais discursos pode permitir um maior entendimento do processo por meio do qual as mídias contribuem para colocar em circulação fórmulas que, por sua vez, condensam discursos, que contribuem para conformar aquilo que os diversos autores da esfera acadêmica chamam de “espaço público”.

Dessa forma, um *corpus* de análise com textos retirados de práticas discursivas midiáticas diversas, tais como jornais impressos diários de grande circulação, blogs e sites especializados em crítica da mídia, dentre outras fontes variadas de documentos encontrados com auxílio da ferramenta de busca do *Google*, mostra quão problemática pode ser também a tomada, pela esfera acadêmico-científica, de conceitos tidos como estáveis e que, impulsionados por um acontecimento, veem seu sentido se diluir, se dispersar em inesperada polissemia. Isso é o que parece acontecer ao sintagma “espaço público” a partir da leitura dos textos reunidos para o estudo da polêmica interdiscursiva estabelecida entre, de um lado, um discurso de defesa do *Mídia Ninja* e, de outro lado, um discurso de desqualificação das práticas operadas pelo grupo. A leitura desses textos, nos quais “espaço público” aparece em

inusitados usos e sentidos diversos, motivou a busca do sintagma em outros textos ainda, ampliando os critérios de busca para além desse espaço discursivo.

3 Ethos

O conceito de *ethos*, da Retórica Clássica, entendido como a imagem que um orador constrói de si mesmo, por meio de seu modo de falar, para exercer influência sobre o alocutário, é retrabalhado no quadro da Análise do Discurso francesa. A noção de *ethos* discursivo postula que todo discurso pressupõe um tom de voz, que permite aos co-enunciadores construir uma representação do corpo e da personalidade do enunciador. A um enunciador encarnado são atribuídos um caráter (traços psicológicos) e uma corporalidade (maneira de se comportar no espaço social), que se sustentam, por sua vez, em estereótipos culturais, e que podem ser apreendidos no discurso, nas modalidades da enunciação e do estilo.

O modo como Maingueneau (2005) trabalha a noção de *ethos* é explicitado por ele com enorme clareza, a fim de evitar que se tome tal qual originalmente formulada na retórica aristotélica, como uma escolha do enunciador, à maneira “psicologizante” e “voluntarista” de um autor dono de seu dizer, que elaboraria a sua escolha em função dos efeitos que pretende produzir sobre seu auditório.

Do ponto de vista da AD, esses efeitos são impostos não pelo enunciador, mas pela formação discursiva. Dessa forma, a questão da adesão é também uma reflexão do processo mais geral da adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva.

A instância subjetiva, como uma reflexividade enunciativa, se manifesta também como “voz” e como “corpo enunciante”, historicamente dado e inserido em uma situação (cena) que sua enunciação ao mesmo tempo pressupõe e valida.

Se o *ethos* está crucialmente ligado ao ato de enunciação, não se pode ignorar, entretanto, que o leitor constrói representações do enunciador antes mesmo que ele fale. A essas representações prévias, costuma-se chamar *ethos* pré-discursivo. Ainda que o leitor nada saiba sobre o enunciador, o simples fato de que um texto pertence a um gênero do discurso ou a um certo posicionamento ideológico, ou mesmo ao quadro de uma instituição, induz expectativas em termos de *ethos*.

Estas vão ou não se concretizar no discurso, não a partir do que o enunciador diz de si próprio, mas do “tom” de seu discurso, que faz emergir uma voz e uma corporalidade, um *ethos*: “O ‘fiador’ cuja figura o leitor deve construir com base em indícios textuais de diversas ordens, vê-se, assim, investido de um caráter, de uma corporalidade, cujo grau de precisão varia conforme os textos” (MAINGUENEAU, 2005, p. 72).

A produção do *ethos* deve ainda ser compatível com o mundo que é construído no discurso por meio da *cenografia*, pois, quando falamos em um modo de dizer, falamos em um modo de ser e de se movimentar no mundo, um mundo que é construído no e pelo discurso, com apoio de variadas cenografias.

4 Cenografia

Buscando os pontos de aproximações e rupturas da AD com as correntes pragmáticas, em *Novas tendências em análise do discurso (1987/1997)*, Maingueneau tece a seguinte afirmação:

Em geral, e isto desde seu início, a AD prefere formular as instâncias da enunciação em termos de “lugares”, visando a enfatizar a preeminência e a preexistência da topografia social sobre falantes que aí vêm se inscrever [...] Trata-se, segundo o preceito de M. Foucault, de “determinar qual é a posição que pode e deve ocupar cada indivíduo para dela ser o sujeito” [...] essa instância de subjetividade enunciativa possui duas faces: por um lado, ela constitui o sujeito em sujeito de seu discurso. Por outro, ela o assujeita [...] submete o enunciador a suas regras (MAINGUENEAU, 1987/1997, p. 33).

Propõe, então, “rearticular o discurso sobre a suposta cena de sua enunciação e, além disso, aprofundar o caráter institucional da atividade discursiva” (MAINGUENEAU, 1987/1997, p. 21). Assim, trabalha com os conceitos de cena enunciativa e cenografia do discurso.

Temos, segundo o autor, que “um texto não é um conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada”. A esse “rastro”, podem corresponder diferentes cenas de enunciação. Maingueneau diferencia a cena englobante – que diz respeito ao tipo de discurso (tipo tem a ver com funcionamento, com função social; por exemplo, o discurso publicitário, que visa levar ao consumo) – da cena genérica, mais diretamente ligada à questão do gênero do discurso (por exemplo, um panfleto é diferente de uma embalagem de produto).

Ambas as cenas – englobante e genérica – definem o quadro cênico em que um discurso pode se inscrever para produzir sentido (o tipo e o gênero do discurso, que são mais ou menos estáveis). São, portanto, formas dadas historicamente e socialmente, no tempo e no espaço.

O tipo de discurso está relacionado ao seu modo de funcionamento social, por exemplo, quando recebemos um panfleto na rua, devemos ser capazes de determinar a que tipo de discurso pertence para que possamos interpretá-lo. Temos antes que definir se é um discurso religioso, político ou publicitário, por exemplo. De modo que a noção está relacionada àquela de campo discursivo. Esses diferentes tipos de discurso só fazem sentido em determinada época e cultura.

Quanto ao gênero do discurso, Maingueneau assim se refere:

Os enunciados dependentes da AD se apresentam, com efeito, não apenas como fragmentos de língua natural desta ou daquela formação discursiva, mas também como amostras de um certo gênero de discurso. [...] cada gênero presume um contrato específico pelo ritual que define (MAINGUENEAU, 1987/1997, p.34).

O gênero é definidor dos papéis, como lugares sociais de produção de enunciados, atribuídos por cada discurso para que os sentidos se construam. Por exemplo, numa aula, estão definidos os lugares do professor que se dirige aos alunos.

Cena englobante e cena genérica, como constituintes do quadro cênico relativamente mais estável, se distinguem da *cenografia*, em que um discurso constitui sua própria cena de enunciação: “todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima”, diz. E conclui que, por isso, a cenografia implica um processo paradoxal, uma vez que é ao mesmo tempo fonte do discurso e aquilo que ele engendra.

Uma cenografia pode apoiar-se em cenas de fala já instaladas na memória coletiva, que se inscrevem positivamente ou negativamente num determinado grupo. Analisando uma carta de François Mitterrand por ocasião da campanha presidencial de 1988, intitulada “Carta a todos os franceses”, que foi publicada na imprensa e enviada pelo correio a um certo número de eleitores, Maingueneau conclui que a cena englobante é a do discurso político; a cena

genérica é a dos programas de governo e outras publicações por meio das quais um candidato apresenta suas propostas aos eleitores; e a cenografia é a da correspondência particular, que pressupõe contrato entre pessoas que mantêm relações pessoais.

O autor destaca as marcas linguísticas e também aspectos não verbais, na superfície textual, que levam a essa leitura: vocativo e assinatura manuscritos, margem esquerda como nos blocos e cadernos escolares, que levam a uma encenação do gênero epistolar. Desse modo, o leitor da tal carta recebe ao mesmo tempo amostra de discurso político, programa eleitoral e carta pessoal, e a enunciação não apenas expressa ideias, mas constrói e legitima o próprio quadro da enunciação.

Relacionando o conceito de *ethos* ao de cenografia, formulará um percurso de leitura dos sentidos nos textos:

O leitor reconstrói a cenografia de um discurso com o auxílio de indícios diversificados, cuja descoberta se apoia no conhecimento do gênero do discurso, na consideração dos níveis da língua, do ritmo etc., ou mesmo em conteúdos explícitos. “Em uma cenografia [...] a figura do enunciador, o fiador, e a figura correlativa do coenunciador são associadas a uma cronografia (um momento) e a uma topografia (um lugar) das quais supostamente o discurso surge” (MAINGUENEAU, 2005, p. 77).

Os gêneros de discurso também só podem ser entendidos, segundo Maingueneau, na maneira como o discurso se relaciona com a cena de sua enunciação, a cenografia, com o *ethos* do enunciador e com as formas ritualizadas que o organizam, classificam e impõem a sua ordem.

Assim, vemos se entrelaçarem no quadro cênico, os lugares que o sujeito pode e deve ocupar para ser sujeito de sua enunciação, e os modos mais ou menos estáveis, mas sempre também históricos, ritualizados, como a enunciação se realiza (os gêneros), categorias que reenviam para a noção de campo, posto que tais formas de ocupar um lugar e dele enunciar variam de um campo para outro e, simultaneamente, ajudam também a delimitá-los, organizando um pouco o vasto universo discursivo: “é no interior do campo discursivo que se constitui um discurso” (MAINGUENEAU, 1984/2007, p. 36).

5 Alguns percursos

Sem nenhuma pretensão de realizar uma análise aprofundada dos registros, usos e sentidos de alguns dos sintagmas mencionados no início deste texto – “jornalismo ninja”, “pós-jornalismo”, “mediativismo”, “privatização/democratização da informação”, “espaço público”, “jornalismo cidadão” – buscou-se trazer, para esta discussão, alguns dados que podem levar-nos a refletir sobre certos percursos.

Trata-se de uma análise ainda em fase inicial, com o propósito de discutir a produtividade da articulação dos conceitos aqui reunidos, tanto no que se refere aos modos de articular os textos compondo um *corpus* quanto no que se refere aos modos de ler o material reunido. Nesse sentido, a apresentação a seguir funciona como análise-piloto.

As perguntas condutoras da análise foram assim formuladas:

- Como essas sequências aparecem nos discursos analisados? Que sentidos ajudam a construir?
- Qual o *ethos* que emerge desses discursos? Quais as cenografias mobilizadas? Que sentidos ajudam a construir?

Buscamos também verificar em que medida os conceitos de *ethos* e cenografia podem ser combinados ao estudo de fórmulas no estudo dos sentidos dos discursos.

5.1 “Democratização da informação” e seus variantes

Um percurso que parece interessante investigar é o das oposições “democratização da informação” e “privatização da informação”. Uma busca simples no *google* retornou para o primeiro 88.600 resultados, enquanto que, para o segundo, somente 30.700 resultados, um indício de que há maior circulação de democratização em detrimento de privatização. No entanto, não se pode dizer que os sentidos desses sintagmas sejam o mesmo para todos os enunciadores que os tomam em seu discurso.

Apenas a título de exemplo, pode-se observar nas duas sequências a seguir, o uso dessas expressões com sentidos contrários. A primeira sequência foi extraída de um texto cujo título é “A censura moderninha e a privatização da informação”, escrito por Felipe Bandeira, diretor de comunicação do Diretório Central dos Estudantes da Universidade Federal do Oeste do Pará. O texto foi publicado em um blog chamado *Quarto Poder*, no ar desde 2007, mantido pela Associação dos Blogueiros do Oeste do Pará:

Raymundo Faoro, grande jurista e cientista político brasileiro, refletindo e folheando algumas páginas dos jornais de maior envergadura no Brasil de 1970, constatou. “Eles querem um país de 20 milhões de habitantes e uma democracia sem povo”. Desde então, quatro décadas se passaram e a frase continua pertinente. Na grande mídia impera o consenso, por repressão ao dissenso. Uma espécie de “censura moderninha”. As capas e matérias são quase sempre as mesmas apesar de tantas vias. Na imprensa – salvo raras minorias – estabelece-se uma pretensa homogeneidade em defesa dos interesses dos donos dos jornais. E estes aumentam seus lucros à medida que emburrecem a população.[...] Pelo que estabelece a Constituição Federal, a comunicação social deve promover a educação e difusão de informações e debates acerca dos processos de formação cidadã. No entanto, o que se observa são monopólios que em nada atendem as exigências constitucionais [...] (BANDEIRA, 2013, s/p)³.

Lê-se, aí, que a “privatização da informação” equivale a um processo de censura ao diferente, àquilo que não é consensual, numa crítica ao processo por meio do qual a imprensa busca a padronização do noticiário, com as mesmas manchetes nos vários veículos. Em outro texto, publicado no site *Observatório da Imprensa*, intitulado “privatização da informação e o fim do espaço público virtual”, escrito pelo jornalista Marcelo Musa Cavallari, a expressão “privatização da informação” está associada ao fenômeno de pulverização dos produtores de notícias nas mídias sociais e na internet, sobretudo os chamados “ninjas”, e a “democratização da informação”, não sua privatização, como no texto anterior, é que estaria garantida pelo processo de convergência das pautas, com a imprensa se esforçando por veicular as mesmas notícias, o que conformaria, segundo o texto em questão, um “espaço público virtual”:

A periodicidade dá aos meios tradicionais o arcabouço lógico de sua narrativa. Um jornal de papel lido de manhã constituía, quando os meios tradicionais dominavam, um relato do dia anterior compartilhado por todos os leitores. O que estava no jornal era o repertório de informações sobre a vida comum de interesse mais amplo possível. Em torno desse repertório os cidadãos travavam sua conversação mais geral. Por mais que diretores de

³ Disponível em: <http://www.blogquartopoder.com.br/2012/02/opiniao-censura-moderninha-e.html?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+blogspot%2FAIUEz+%28Quarto+Poder%29>. Acesso em 28.out.2013.

redação e donos de jornais sonham sempre com chamadas exclusivas em suas capas, é quando os principais jornais do país exibem primeiras páginas praticamente idênticas que a tarefa do jornalismo se cumpre melhor: a narrativa do que foi o dia anterior pode ser partilhada por todos os leitores de jornal, não importa qual título específico cada leitor leia.[...] Essa narrativa partilhada construiu ao longo dos séculos 19 e 20 uma espécie de espaço público virtual nas sociedades de massa. Uma espécie de praça pública possível. A leitura do jornal, a escuta das notícias pelo rádio de manhã ou na TV à noite podia ser individual, mas todos ouviam a mesma coisa a cada período. A internet destruiu esse espaço público virtual. [...] Como o meio é muito barato – não é mais necessário imprimir um jornal ou ter uma antena poderosa para emissão de ondas de rádio e TV –, o acesso à informação foi extremamente facilitado pela internet tanto para quem a recebe como para quem a emite. Isso permite que, em tese, todo mundo passe a ser emissor de informação. O espaço público virtual dos meios tradicionais cedeu lugar à privatização da informação. Cada um fala e ouve o que quer, sem filtro de nenhum tipo. O resultado é ruído, burburinho, não uma conversa [...] (CAVALLARI, 2013, s/p)⁴.

Esse segundo texto, como se vê, se contrapõe àquele anterior. No primeiro, a coincidência de manchetes e coberturas dos fatos pela imprensa, com uma forma de censura mais ou menos velada, mais ou menos tácita, aos jornalistas que ousam pautas diferentes, é a causa da “privatização da informação”. Neste, ao contrário, “é quando os principais jornais do país exibem primeiras páginas praticamente idênticas que a tarefa do jornalismo se cumpre melhor”, configurando o que o texto chama de “espaço público virtual”. E a facilitação dos processos de informação e comunicação propiciada pela internet, permitindo que, “em tese, todo mundo passe a ser emissor de informação”, seria responsável pelo fim do “espaço público virtual”, que “cede lugar à privatização da informação”.

Os usos do sintagma pelos diferentes atores sociais está sujeito a deslizamentos de sentidos provocados pelas diferentes posições-sujeito por eles ocupadas. De um posicionamento a outro nesse espaço interdiscursivo em que o jornalismo tradicional e o “novíssimo jornalismo” disputam um estatuto que garanta sua permanência como prática social necessária para o universo de leitores, os sentidos do sintagma se movem, se diluem, em inesperada polissemia, assumindo por vezes significações radicalmente opostas. Em um e em outro texto “privatização” e “democratização”, em relação à informação, são cada qual seu exato contrário.

Todas essas sequências foram retiradas de textos que obedecem rigorosamente os preceitos do gênero artigo de opinião, seja em veículo impresso ou *blog*. Enquanto a primeira sequência não inova em termos de cenografia, reproduzindo a cena genérica típica do artigo de opinião em *blog*, a segunda sequência se apresenta como uma aula e, por meio de um *ethos* professoral, imprime a cada argumento um tom de verdade incontestável.

Nesta outra sequência, abaixo, temos um discurso que se apresenta como uma chamada para evento – essa é sua cena genérica – mas que visa discutir o papel das “mídias livres” na “democratização da informação”, construindo, portanto, uma cenografia de texto opinativo parecida com a dos artigos:

Acontece no sábado (23) o 1º Seminário de Comunicação e Mídias Livres promovido pela parceria do Instituto Barão de Itararé, Maranhão da Gente e seccional maranhense da Associação Brasileira de Rádios Comunitárias. O evento vai discutir o papel das Mídias Alternativas na defesa da agenda da

⁴ Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/privatizacao_da_informacao_e_o_fim_do_espaco_publico_virtual>. Acesso em 26.agosto.2013.

Democratização da Comunicação como a rediscussão das concessões públicas de rádio e TV, a liberdade de expressão e a pluralidade da informação. A atuação dos comunicadores nas Rádios Comunitárias e nas Redes Sociais é um passo fundamental para a quebra da hegemonia da grande imprensa, geralmente sob domínio de um pequeno grupo de famílias e políticos. A democratização da informação e a quebra do monopólio e hegemonia da mídia são, portanto, discussões urgentes e fundamentais para o fortalecimento da democracia. O Seminário de Comunicação e Mídias Livres pretende reavivar o debate em torno do contexto das rápidas transformações da comunicação no país e no mundo, que leva à discussão sobre a democratização dos meios de comunicação. Conecte-se e venha participar! (MARANHÃO da gente, 2013, s/p)⁵.

Há também aí a cenografia publicitária, marcada pelo uso do imperativo típico da publicidade e propaganda – “conecte-se e venha participar!” – que ameniza, “disfarça”, o peso da argumentação que, no entanto, está ali, quando se dá por naturalizada uma formulação que é discutível segundo a leitura dos textos anteriores: a contribuição das rádios comunitárias e das redes sociais para a “democratização da informação”.

Processo semelhante se dá em uma chamada para um debate em uma emissora de televisão:

A internet tem sido apresentada como uma ferramenta de democratização da informação. No entanto, iniciativas de caráter comercial e política tentam dificultar que a rede mundial de computadores se torne um espaço de manifestação pública, aberta a todos os grupos, com os mesmos direitos. No programa *Ponto de Vista* desta semana, o professor André Bordignon, do CDI-Campinas é o entrevistado do jornalista Fabiano Ormanze e discute as relações entre internet, redes sociais, democratização e participação social. Confira a entrevista [...] (CORREIO Popular, 2013, s/p)⁶.

Seria possível defender que o sintagma “democratização da informação”, e os seus variantes “privatização da informação”, “democratização da mídia”, “democratização da comunicação” são protofórmulas, a partir da constatação de que a forma linguística cristalizada opera como um referente social, ou seja, vem se tornando passagem obrigatória nos discursos dos diversos campos, em que pese sua preferencial tomada pelos campos midiático e acadêmico. Um exemplo, nesse sentido, vindo do campo político, é o discurso de lançamento da candidatura de Rui Falcão à reeleição para presidência do Partido dos Trabalhadores (PT), em que “democratização da informação” aparece como um compromisso do candidato, ao lado de políticas de crescimento econômico, geração de empregos, reforma agrária e outros temas de campanha:

São os próprios avanços obtidos que alimentam o desejo de novas conquistas. Esse é o principal sentido da candidatura de Rui Falcão à Presidência do PT: o compromisso com a continuidade e o aprofundamento do nosso projeto transformador. O compromisso com vigorosas políticas de crescimento, geração de empregos, distribuição de renda e inclusão social. O compromisso com as legítimas aspirações dos trabalhadores da cidade e do campo, em especial com a reforma agrária. O compromisso com políticas

⁵ Disponível em: <<http://www.maranhaodagente.com.br/seminario-de-comunicacao-e-midias-livres-pela-democratizacao-da-informacao/>>. Acesso em 12.nov.2013.

⁶ Disponível em: <http://correio.rac.com.br/conteudo/2013/04/projetos_correio/correio_escola/45026-democratizacao-da-informacao-em-debate.html>. Acesso em 26.ago.2013.

afirmativas de promoção da igualdade racial, de gênero e de orientação sexual. O compromisso com as causas libertárias e o desejo de participação da juventude. O compromisso com a reforma da política, para livrá-la das manipulações do poder econômico. O compromisso com a democratização da informação, do conhecimento e do poder. O compromisso com a soberania nacional, a integração da América Latina e a construção de uma nova ordem econômica e política no mundo (SPERANDIO, 2013, s/p)⁷.

A notícia publicada em 13 de agosto último na revista *Época*, entretanto, que reproduz esse e outros trechos do manifesto de Rui Falcão, destaca no título: “Manifesto de Rui Falcão fala em ‘democratização da informação’”.

Por fim, numa última sequência, vemos o sintagma “democratização da mídia” tematizado em editorial do jornal *O Globo*, sua cena genérica, mas com uma cenografia típica de dissertação acadêmica, em que o tom didático busca mais uma vez reforçar os efeitos de discurso autorizado e mitigar a argumentação. Sob o sugestivo título “O que significa democratização da mídia”, o diário se posiciona contra a opinião do embaixador venezuelano no Brasil, publicada em artigo, e afirma, no editorial, que a liberdade de expressão e imprensa tem sido sufocada na Venezuela desde o início do governo de Hugo Chaves, em 1999:

Como não poderia deixar de ser, o embaixador contesta as reportagens e defende a ação chavista voltada a uma “comunicação pública e descentralizada”, na linha da “democratização do acesso aos meios de comunicação”. À parte este palavrório, as reportagens mostraram um cerco constante e cada vez mais fechado ao jornalismo profissional (O GLOBO, 2013, s/p)⁸.

Para *O Globo*, o que garante o funcionamento democrático das mídias é o “controle social”, cujos agentes prioritários são “o leitor, o ouvinte, a autorregulamentação e o controle remoto”, pois “é assim que funciona nas democracias, ainda mais em mercados competitivos como o brasileiro”. Ao titular o texto com uma construção típica de dicionário ou compêndio didático – “O que significa democratização da mídia” – o discurso quer provocar uma polêmica que atinge o próprio sintagma, produzindo um enunciado com valor *de dicto*. Um enunciado com valor *de dicto* é aquele que discute sobre a própria palavra em torno da qual se organiza, e Krieg-Planque (2009/2010) formula a hipótese de que a análise dessas discussões sobre a própria palavra pode ser um meio privilegiado de compreender como uma sequência verbal se torna uma fórmula.

5.2 O sintagma “espaço público”

Nesses discursos sobre a atuação do *Mídia Ninja*, que circularam após a entrevista de seus representantes no programa *Roda Vida*, vemos também a expressão “espaço público”, usada de modo diverso daquele que estamos habituados a ler no campo dos estudos do discurso, sobretudo nos textos de Krieg-Planque (2003; 2009/2010; 2011). A autora toma *espaço público* tal como forjado na Teoria da Comunicação. O conceito vem de Habermas (1962/1984) e diz respeito ao lugar por meio do qual os atores compartilham seus pontos de vista, expõem suas opiniões publicamente, tornando-as, desse modo, visíveis a quaisquer

⁷ Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/felipe-patury/noticia/2013/08/manifesto-de-rui-falcao-fala-em-bdemocratizacao-das-comunicacoesb.html>>. Acesso em 28.ago.2013.

⁸ Disponível em:< <http://oglobo.globo.com/opiniaao/o-que-significa-democratizacao-da-midia-9866217>>. Acesso em: 26.ago.2013.

outras pessoas, “alimentando, assim, a possibilidade de um debate público e contraditório de suas opiniões” (KRIEG-PLANQUE, 2009/2010, p. 114).

Nessa acepção, espaço público é necessariamente um espaço virtual, um não-lugar, no sentido físico, mas *locus* de discussão dos assuntos que interessam à sociedade. O sintagma pode admitir, então, variantes como *opinião pública* e *esfera pública*. No texto de Krieg-Planque, há várias passagens que atestam essa leitura dos sentidos do sintagma. Destacamos duas sequências, uma no começo e outra mais no final do livro:

Por fórmula, designamos um conjunto de formulações que, pelo fato de serem empregadas em um momento e em um espaço público dados, cristalizam questões políticas e sociais que essas expressões contribuem, ao mesmo tempo, para construir (KRIEG-PLANQUE, 2009/2010, p. 9, grifos nossos).

De fato, há fundamento em considerar as mídias como agentes de circulação das fórmulas. Para nós, essa ideia é mesmo definidora da fórmula, uma vez que as mídias estão entre os principais atores aptos a garantir a difusão da sequência em vastas áreas do espaço público (KRIEG-PLANQUE, 2009/2010, p. 118, grifos nossos).

É interessante notar que o conceito pressupõe um local fundamentalmente midiático (em termos de meios de comunicação social) de projeção das opiniões que permite a existência do debate de modo acessível a todos. E, também, que o espaço público – conceito já naturalizado nesse discurso – é condição para a existência da fórmula:

Em um momento do debate público, uma sequência verbal, formalmente demarcável e relativamente estável do ponto de vista da descrição linguística que se pode fazer dela, põe-se a funcionar nos discursos produzidos no espaço público como uma sequência tão partilhada quanto problemática. Empregada em usos públicos que a investem de questões sócio-políticas por vezes contraditórias, essa sequência conhece então um regime discursivo que faz dela uma **fórmula**: um objeto descritível nas categorias da língua e cujo destino – ao mesmo tempo invasivo e continuamente questionado – no interior dos discursos é determinado pelas práticas languageiras e pelo estado das relações de opinião e de poder em um momento dado no seio do espaço público (KRIEG-PLANQUE, 2003, p. 14, grifos nossos).

Curiosamente, considerado o fato de que as sequências reunidas para este estudo foram retiradas da esfera midiática, não parece ser exatamente esse o sentido que lemos para o sintagma nas sequências que analisamos. Uma delas, retirada do artigo intitulado “Privatização da informação e o fim do espaço público virtual”, já citado anteriormente aqui, afirma:

[...] Essa narrativa partilhada construiu ao longo dos séculos 19 e 20 uma espécie de espaço público virtual nas sociedades de massa. Uma espécie de praça pública possível. A leitura do jornal, a escuta das notícias pelo rádio de manhã ou na TV à noite podia ser individual, mas todos ouviam a mesma coisa a cada período. A internet destruiu esse espaço público virtual.[...] Como o meio é muito barato – não é mais necessário imprimir um jornal ou ter uma antena poderosa para emissão de ondas de rádio e TV – o acesso à informação foi extremamente facilitado pela internet tanto para quem a recebe como para quem a emite. Isso permite que, em tese, todo mundo passe a ser emissor de informação. O espaço público virtual dos meios

tradicionais cedeu lugar à privatização da informação. [...] No espaço público virtual definido pelos meios de comunicação tradicionais, os jornalistas são uma categoria profissional a serviço dessa praça pública virtual. Seu controle sobre ela é, idealmente, de caráter técnico. Como seu trabalho depende de audiência, o controle que têm sobre a praça é compartilhado com os leitores. A internet tornou possível o controle da narrativa aparentemente jornalística a quem, nos meios tradicionais, é notícia – e, portanto, alvo de escrutínio. Políticos, empresários, líderes de grupos de interesse têm, hoje, na internet, a chance de aparecer em público exclusivamente em seus próprios termos, sem ter que descer à praça pública virtual do jornalismo tradicional. Isso é privatização do que antes era público (CAVALLARI, 2013, s/p)⁹.

Ao receber o acréscimo do adjetivo “virtual” e a construção parafrástica “praça pública”, o sintagma “espaço público”, neste texto, constrói novos efeitos de sentido, em que o papel de publicização das opiniões, componente essencial do conceito tal como tomado em Krieg-Planque (2009/2010), se daria apenas pelos meios de comunicação tradicionais, e não pelos meios que se beneficiam da internet. E o jornalismo tradicional é tornado então equivalente da praça pública virtual, seu sinônimo, enquanto que no modo anterior de tomada do conceito ele é apenas uma das várias formas, embora uma das principais, de conformação do espaço público. O *ethos* autoritário desse enunciado constrói um fiador tão seguro de suas afirmações, que leva a crer alguém impossível de ser contestado – *ethos*, aliás, bem característico do discurso jornalístico, supostamente fundamentado na verdade dos fatos que relata.

A polêmica que se instaura aparece também no enunciado com valor *de dicto*:

Então, quando há qualquer pretexto que possa unir uma reação coletiva, concentram-se todos os demais. É daí que surge a indicação de todos os motivos - o que cada pessoa sente a respeito da forma com que a sociedade em geral, sobretudo representada pelas instituições políticas, trata os cidadãos. Junto a isso, há algo a mais. Quando falo do espaço público, é o espaço em que se reúne o público, claro. Mas, atualmente, esse espaço é o físico, o urbano, e também o da internet, o ciberespaço. É a junção de ambos que cria o espaço autônomo. Porém, o espaço físico é extremamente importante, porque a capacidade do contato pessoal na grande metrópole está sendo negada constantemente (CASTELLS, 2013, s/p, grifos nossos)¹⁰.

E, por fim, no discurso do coletivo Fora do Eixo, mantenedor do grupo *Mídia Ninja*, lemos:

[...] O Mídia Ninja ganhou celebridade em junho por ter se tornado uma fonte de pé na rua e em tempo real do que ocorria nos protestos. Os repórteres (sim, repórteres) produziam conteúdo (vídeos, fotos, tuites), a informação corria pelas redes sociais, construindo um espaço público multifacetado e vibrante (FORA DO EIXO, 2013, s/p, grifos nossos)¹¹.

⁹ Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/privatizacao_da_informacao_e_o_fim_do_espaco_publico_virtual>. Acesso em 26.agosto.2013.

¹⁰ Transcrição de trecho da conferência de Manuel Castells no evento Fronteiras do Pensamento 2013, retirado do texto intitulado “Manuel Castells analisa as manifestações em São Paulo”. Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/canalfronteiras/entrevistas/?I6%2C68>>. Acesso em 20.ago.2013.

¹¹ Disponível em: <<http://foradoeixo.org.br/2013/09/11/passe-livre-fdoe-black-blocs-midia/>>. Acesso em 2.nov.2013.

Vemos, então, que a sequência “espaço público” circula nessa polêmica discursiva associada ao debate sobre o papel das novas mídias possibilitadas pelos avanços tecnológicos – *blogs*, redes sociais, *twitter* e outros – na conformação desse *locus* público de debates que interessam à sociedade, com deslizamento de seu valor semântico, ora positivo, ora negativo, a depender do posicionamento do enunciador no espaço interdiscursivo instaurado pelo debate acerca da legitimidade do *Mídia Ninja* e sua forma de produzir notícias.

6 Considerações finais

A análise desses sintagmas com possível destino formulaico permitiu identificá-los como marcas de interincompreensão em discursos nos quais o que está em jogo, quase sempre, de um posicionamento a outro no espaço interdiscursivo, é a defesa de uma atividade de trabalho, a defesa de um determinado estatuto do jornalismo tradicional frente à emergência de outras práticas discursivas no mesmo campo que disputam com esse jornalismo por legitimidade e atenção do público.

Conciliar os conceitos de cenografia e *ethos* – que remetem à instância enunciativa do discurso, envolvendo o estudo das modalidades, do estatuto de enunciador e co-enunciador postulados no discurso, da cena de fala que o próprio discurso constrói e ao mesmo tempo o legitima – às formas de aparição desses sintagmas na metalinguagem dos enunciadores mobilizados por tais discursos permitiu um maior entendimento do processo por meio do qual as mídias contribuem para colocar em circulação formas linguísticas cristalizadas que, por sua vez, condensam discursos.

Considerando que esse mesmo processo contribui para conformar aquilo que os diversos autores da esfera acadêmica chamam de “espaço público”, vemos, nesta análise, uma dentre outras possíveis, questão problemática pode ser também a tomada, pela esfera acadêmico-científica, de conceitos tidos como estáveis e que, impulsionados por um acontecimento, veem seu sentido se diluir, se dispersar em inesperada polissemia.

Ainda, a análise permite constatar a produtividade da noção de fórmula como um modo de aproximar-se de textos a fim de constituir um *corpus* de análise, especialmente nos casos em que tomamos como unidade de análise não um discurso, mas as relações interdiscursivas presentes nos textos. Dessa forma, pressupostos como *primado do interdiscurso*, *prática discursiva*, *semântica global*, *interincompreensão* e outros propostos por Maingueneau permitem descrever e explicar o funcionamento discursivo envolvido nas relações polêmicas estabelecidas entre os posicionamentos, possibilitando ver os textos que representam a materialidade discursiva não através de seu conteúdo, mas através das relações interdiscursivas que se estabelecem a cada enunciação, enquanto um dado sintagma circula pelos diversos posicionamentos.

Referências

KRIEG-PLANQUE, A. *Purification ethnique: une formule et son histoire*. Paris: CNRS, 2003.

_____. La formule “developpement durable”: un opérateur de neutralisation de la conflictualité. *Langage et Société*. Paris: Editions de la Maison des Sciences de l’Homme, n. 135, mars 2011.

_____. (2009) *A noção de “fórmula” em Análise do Discurso*. Trad. Luciana Salazar Salgado e Sírio Possenti. São Paulo: Parábola, 2010.

_____. Entrevista a Philippe Schepens, traduzida por Luciana Salazar Salgado e SÍrio Possenti. *Linguasagem*, n. 6, 2009. Disponível em: <www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao06/entrevista.php>. Acesso em 18.ago.2012.

HABERMAS, J. (1962) *Mudança estrutural na esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

MAINGUENEAU, D. (1987) *Novas tendências em análise do discurso*. Tradução de Freda Indursky. 3.ed. Campinas: Pontes/Editora da Unicamp, 1997.

_____. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, R. (org.) *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 69-92.

_____. (1984) *Gênese dos discursos*. Trad. SÍrio Possenti. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. *Cenas da enunciação*. Organização de SÍrio Possenti e M. Cecília P. de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola, 2008a.

_____. Entrevista com D. Maingueneau. Por Roberto Leiser Baronas e Fernanda Mussalim. *Revista Linguasagem*, 10, set-out. 2009. Disponível em: <http://www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao10/entrevista_maingueneau.php>. Acesso em 21.nov.2013.

POSSENTI, S. (Não) fazer a lição de casa: circulação e sentidos. In: _____; PASSETTI, M. C. (Orgs.). *Estudos do Texto e do Discurso: política e mídia*. Maringá: EDUEM, 2010. p. 103-120.

RODRIGUES, M. G. *O “repórter Shiva”?* Práticas discursivas e atividade de trabalho de jornalistas em tempo de mudanças. 2013. Tese. (Doutorado em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.