

CAMINHOS TEÓRICOS E PRÁTICOS EM ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO

Cleide Emília Faye Pedrosa (UFRN, UFS, UERJ)

eliaspedrosa@uol.com.br

Derli Machado de Oliveira (UFRN, Faculdade Atlântico)

derli_machado@hotmail.com

Taysa Mércia dos Santos Souza Damaceno (UFRN)

taysa_damaceno@yahoo.com.br

1. Introdução

Este minicurso apresenta como objetivo a proposta de aplicar conhecimentos advindos da análise crítica do discurso em práticas de análise em texto/discurso, ressaltando as categorias de comodificação, tecnologiação e intertextualidade. Este objetivo dar conta da seguinte ementa: visão teórica da análise crítica do discurso (ACD); propostas de análise a partir das categorias: democratização; comodificação; tecnologiação; intertextualidade e primado do interdiscurso. Como justificativa para esta abordagem, apontamos: Por julgar que a análise crítica do discurso (ACD) ainda é pouco conhecida na academia, principalmente, em suas perspectivas de aplicação, este minicurso tem como objetivo apresentar, em primeiro plano, uma visão teórica da análise crítica do discurso (ACD), para logo em seguida apresentar duas propostas de análise que foram desenvolvidas com base nessa linha de investigação, especialmente, na que concerne à corrente social desenvolvida por Fairclough (2003, 2008). Faz parte ainda da parte prática, deste minicurso, os pressupostos desenvolvidos por Maingueneau (2008) em ‘Gênese dos discursos’ sobre a ‘semântica global’, especificamente, sobre o primado do interdiscurso e a polêmica como interincompreensão. Desse modo, organizamos o material de apoio ao desenvolvimento da proposta em: a) caminhos históricos e metodológicos em análise crítica do discurso; b) Modelo tridimensional da ACD; c) Democratização; tecnologiação e comodificação: categorias de análise e; d) Semântica Global: teoria e prática. Com o resultado, esperamos que as perspectivas do público-alvo (alunos de Letras e áreas afins, professores do ensino médio, profissionais e usuários do texto/discurso) sejam atendidas.

2. *Caminhos históricos e metodológicos em análise crítica do discurso*

Análise crítica do discurso, perspectiva que recusa a neutralidade da investigação e do investigador, que define os seus objetivos em termos políticos, sociais e culturais e que olha para a linguagem como prática social e ideológica e para a relação entre interlocutores como contextualizada por relações de poder, dominação e resistência institucionalmente constituídas. (PEDRO, 1998, p. 15)

Os analistas críticos do discurso se posicionam politicamente quanto às análises que procedem. Para eles, é importante verificar como as práticas linguísticas, discursivas e sociais se inter-relacionam de tal maneira nas estruturas socialmente alicerçadas em práticas ideológicas que se torna difícil fugir delas. Seguir uma postura crítica, como a assumida pela análise crítica do discurso (ACD), requer se identificar com seu objetivo, qual seja, elucidar as naturalizações advindas de práticas ideológicas, tornando claro os efeitos que o discurso causa por serem opacos para os participantes (FAIRCLOUGH, 1995a) e, deste modo, intervir na sociedade a fim de gerar mudanças, principalmente, a favor dos ‘perdedores’ (excluídos sociais, pessoas sujeitas a relações de opressão, pobres), dos menos favorecidos. Pois é fato sabido que a circulação de texto dentro de uma sociedade pode servir de meios de dominação através da linguagem, entre alguns destes aspectos Hanks (2008, p. 155) aponta: exercício de poder social, desigualdade política, cultural, discriminação de classe, sexo, etnia. Por isso que cabe a ACD desnaturalizar estas práticas discursivas – “analisar e revelar o papel do discurso na (re)produção da dominação” (PEDRO, 1998, p. 25).

Sobre este assunto, Van Dijk (2008, p. 19) afirma o seguinte:

Se o discurso controla mentes, e mentes controlam ação, é crucial para aqueles que estão no poder controlar o discurso em primeiro lugar. Como eles fazem isso? Se eventos comunicativos consistem não somente de escrita e fala “verbais”, mas também de um contexto que influencia o discurso, então o primeiro passo para o controle do discurso é controlar seus contextos. [...] Isso significa que precisamos examinar em detalhe as maneiras como o acesso ao discurso está sendo regulado por aqueles que estão no poder (VAN DIJK, 2008, p. 19).

“Examinar em detalhe as maneiras como o acesso ao discurso está sendo regulado por aqueles que estão no poder” (FAIRCLOUGH, 1995b, p. 33; RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 49-50) é o grande desafio da ACD. E para dar conta deste desafio, esta concepção assume que a ideologia é, por natureza, hegemônica, pois serve tanto para estabelecer como para sustentar relações de dominação e convém, igualmente, para repro-

duzir a ordem social que beneficia indivíduos e os blocos dominantes nos quais estão inseridos, perpassando suas ideias como fruto do senso comum.

Foi com esta postura que surgiu – dentro do campo da Linguística – a análise crítica do discurso com fortes influências de outras escolas, tais como linguística crítica, semiótica social e sociolinguística crítica.

Seu termo foi utilizado por Fairclough em artigo publicado em 1985. Mas foi um congresso na Universidade de Amsterdam, em janeiro de 1991, que deu corpo às ideias de um grupo de pesquisadores: Teun van Dijk, Norman Fairclough, Gunter Kress, Theo van Leeuwen e Ruth Wodak. Eles estiveram juntos discutindo teorias e métodos de análises de discursos. Wodak (2003, p. 21, Tradução Nossa), que participou ativamente deste congresso histórico, pronuncia-se; assim, em relação à este encontro: esta “reunião de Amsterdam supôs um começo institucional, um esforço tendente a começar um programa de intercâmbio (ERAMUS, durante três anos)” (WODAK, 2003, p. 21, tradução nossa). Desde a primeira reunião, o grupo, embora internacional e heterogêneo, consolidou o novo paradigma. Esta consolidação foi mais fruto de um agendamento “e programa de investigação que pela existência de teorias e metodologias comum”, acrescenta Wodak (2003, p. 22, tradução nossa).

Fairclough (2008) esclarece-nos que, mesmo tendo ligação com a LC, como apontado acima, a ACD vai surgir a partir de limitações desta. O autor também aponta que limitações também em propostas de análise da Análise do Discurso (AD) contribuíram para o surgimento da ACD. Para ele, a AD, ao enfatizar a perspectiva social, relegou a análise linguística; enquanto, a LC ao evidenciar a análise linguística, deu pouca ênfase aos conceitos de ideologia e poder. Fairclough sustenta que ambas apresentam uma visão estática das relações de poder.

Nessa conjuntura, o grande posicionamento deste novo paradigma vai ser o fato de considerar a ‘linguagem como uma forma de prática social’ e para tal, é necessário atender a três perspectivas: linguagem como parte da sociedade (não algo externo a ela); linguagem como um processo social; linguagem como um processo condicionado socialmente (FAIRCLOUGH, 1995b, p. 22). Também ela será norteadada por três conceitos básicos: poder, história e ideologia.

As situações de socialização e subjetividades em que os seres humanos estão inseridos são cruciais para estudos críticos. Pois estes estudos do discurso requerem teorização e descrição dos processos e das es-

truturas sociais, bem como dos processos nos quais os sujeitos históricos criam sentidos em sua interação com textos (WODAK, 2003). Os textos, para investigação, podem estar inseridos em diversos contextos, tais como o político, o econômico; "o racismo, a propaganda e a mídia, e os ambientes institucionais como a burocracia e a educação" (HANKS, 2008, p. 172, 173).

Para dar suporte a sua análise do texto\discurso, a ACD busca base teórica na linguística de Halliday, na sociolinguística de Bernstein, nas obras de críticos literários e também de filósofos sociais como Pêcheux, Foucault, Harbemas, Bakhtin, e Voloshinov e Giddens com sua Teoria da Estruturação. Para esta teoria, o sujeito é capaz de gerar transformações sociais por meio do discurso (o discurso modela a sociedade e é modelado por ela). Esclarecendo um pouco mais a Teoria da Estruturação, temos:

Aspectos da Teoria da Estruturação de Giddens (1989) prestam-se à discussão sobre o papel dos agentes sociais, e seus discursos, na manutenção e transformação da sociedade. Segundo essa teoria, a constituição da sociedade se dá de maneira bidirecional, ou seja, há uma dualidade da estrutura social que a torna o meio e o resultado de práticas sociais (RESENDE & RAMALHO, 2006, p. 41).

Abaixo apontaremos algumas correntes desta escola e destacaremos a corrente social, com a qual vamos trabalhar neste minicurso

2.1. Correntes de pesquisa em ACD

Com base em Resende (2009), pode-se afirmar que Fairclough articula a linguística sistêmica funcional com a sociologia; que van Dijk procura estabelecer a ligação entre a linguística textual com a Psicologia Social; e que os trabalhos de Wodak ligam-se com a Sociolinguística e a História. Já com base em Meyer (2003), podemos destacar as correntes que sugeriram devido às escolhas do quadro teórico-metodológico assumido por alguns pesquisadores em ACD: a microsociológica com Ron Scollon; as teorias sobre a sociedade e o poder com base na tradição de Michel Foucault com Siegfried Jäger, Norman Fairclough e Ruth Wodak; e as teorias do conhecimento social com Teun van Dijk. Entre estas correntes e quadro teórico apontados, destacaremos a corrente que seguimos: corrente social da linguagem de Fairclough.

2.1.1. *Corrente social da linguagem: Norman Fairclough*

Norman Fairclough, um dos pioneiros da ACD, interessa-se pelos estudos críticos e interdisciplinares sobre a prática discursiva e a sua relação com a *mudança social* e cultural. Suas contribuições centrais para os estudos críticos da linguagem foram criar um método para estudar o discurso e fazer com que cientistas sociais e estudiosos da mídia reconheçam a necessidade de um trabalho com linguistas (MAGALHÃES 2005; cf. RESENDE; RAMALHO, 2006). Este seu trabalho assumiu grande importância na solidificação da função de linguistas críticos na crítica social contemporânea (RESENDE; RAMALHO, 2006). As autoras ainda afirmam:

O diálogo crescente entre a Linguística e a Ciência Social Crítica, nas bases teóricas da ADC, foi determinante no processo de abertura da disciplina, que culminou no movimento da centralidade do discurso para a percepção deste como um momento de práticas sociais (RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 146).

O modelo desenvolvido por Fairclough reúne análise linguística e teoria social, “numa combinação desse sentido mais socioteórico de ‘discurso’ com o sentido de ‘texto e interação’ na análise de discurso orientada linguisticamente” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 22). Sobre isto, Resende e Ramalho (2006, p. 11)¹ afirmam: “A teoria social do discurso é uma abordagem de análise de discurso crítica (ADC), desenvolvida por Norman Fairclough, que se baseia em uma percepção da linguagem como parte irredutível da vida social dialeticamente entrecortada a outros elementos sociais”.

A forte herança de Halliday se faz presente explicitamente nas propostas de Fairclough. O texto analisado, segundo o modelo sistêmico-funcional, daria conta das funções: ideacional – experiência do mundo, sistema de conhecimentos e crenças; interpessoal – interação social entre os participantes, sujeitos sociais, identidade; Textual – ligação das partes de um texto em um todo coerente. Caldas– Coulthard (2008, p. 33), assim, se expressa:

A metafunção ideacional ou experimental é a manifestação no sistema linguístico de um propósito geral que nos permite entender ou experimentar o ambiente em que vivemos; a metafunção interpessoal ou relacional nos permite constituir e mudar relações sociais e identidades sociais, marcando a interação entre as pessoas.

¹ As autoras Resende e Ramalho utilizam o termo “análise de discurso crítica” (ADC), preferimos utilizar ACD como em Pedro (1998) e Wodak & Meyer (2003), entre outros.

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

Para Fairclough (2008), a localização teórica da ACD está em ver o discurso como um momento das práticas sociais, sabendo que todas as práticas incluem os elementos: atividade produtiva, meios de produção, relações sociais, identidades sociais, valores culturais, consciência e semioses.

O primeiro modelo de análise desenvolvido por Fairclough (2008) – chamado de modelo tridimensional do discurso – engloba três dimensões: o texto, a prática discursiva e a prática social. Assim se expressa Hanks (2008, p. 172)

Nessa abordagem (ACD), o discurso é tratado sob três perspectivas: como texto dotado de forma linguística, como ‘prática discursiva’ por meio da qual os textos são produzidos, distribuídos e consumidos, e como ‘prática social’ que tem vários efeitos ideológicos, incluindo normatividade e hegemonia.

A seguir, no próximo tópico, abordaremos este quadro teórico/metodológico tridimensional desenvolvido por Fairclough (2008). Nele, observa-se, além das categorias que compõem as práticas textuais, discursivas, a prática social que envolve “três tendências principais de mudança discursiva que têm afetado a ordem do discurso societal”, que podemos relacionar diretamente às mudanças social e cultural: a democratização, a comodificação e a tecnologiação. Especificamente, estas três tendências também serão desenvolvidas em tópico a parte.

Modelo tridimensional

O modelo tridimensional desenvolvido por Fairclough (2008) é baseado na linguística sistêmica-funcional de Halliday, como já afirmado, teoria que considera a linguagem na forma como ela é configurada pelas funções sociais que deve atender. Segundo esta escola “a linguagem é uma semiótica social” e “a forma linguística é afetada sistematicamente pelas circunstâncias sociais (CALDAS-COULTHARD, 2008, p. 27-28). Halliday (*apud* CALDAS-COULTHARD, 2008, p. 28) afirma que “a forma particular apresentada pelo sistema gramatical de uma língua está estreitamente relacionada com as necessidades pessoais e sociais para as quais a língua irá servir”. O texto, analisado segundo esta perspectiva, é considerado uma unidade semântica e uma forma de interação(ação).

Este modelo tridimensional de análise do texto\discurso assume o posicionamento que qualquer evento ou exemplo de discurso pode ser

considerado, simultaneamente, um texto (análise linguística), um exemplo de prática discursiva (análise da produção e interpretação textual) e um exemplo de prática social (análise das circunstâncias institucionais e organizacionais do evento comunicativo). Nas palavras de Fairclough (1998, p. 83-84):

Esta abordagem tem uma característica especial: a ligação entre a prática sociocultural e o texto é mediada pela prática discursiva. A forma como um texto é produzido e interpretado – ou seja, que práticas e convenções discursivas têm origem em que ordem (ou ordens) do discurso e como se articulam – dependem da natureza da prática sociocultural que o discurso integra (incluindo a sua relação com hegemonias já existentes); a natureza da prática discursiva da produção textual molda o texto, deixando ‘vestígios’ nas suas características superficiais; por fim, a natureza da prática discursiva da interpretação textual determina a forma como serão interpretados os laços superficiais de um texto.

Para atender a esse modelo tridimensional, deverão ser consideradas três perspectivas analíticas, a multidimensional, a multifuncional e a histórica. A primeira, para avaliar as relações entre mudança discursiva e social e, também, para relacionar as propriedades particularizadas de textos às propriedades sociais de eventos discursivos; a segunda, a multifuncional, para averiguar as mudanças nas práticas discursivas que contribuem para mudar o conhecimento, as relações e identidades sociais; finalmente, a histórica, para discutir a “estruturação ou os processos ‘articulatórios’ na construção de textos e na constituição, em longo prazo, de ‘ordens de discurso’” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 27, destaques do autor).

A análise de um discurso, tomado como exemplo particular de prática discursiva, focaliza os processos tanto de produção e de distribuição como de consumo textual. Esses processos são sociais, por isso exigem referência aos ambientes econômicos, políticos e institucionais particulares, nos quais o discurso é gerado. Podemos, ainda, afirmar que a produção e o consumo são, parcialmente, de natureza sociocognitiva. Essa afirmação se justifica porque ambas são práticas que abrangem processos cognitivos de produção e interpretação textual que, por sua vez, são fundamentados nas estruturas e nas convenções sociais interiorizadas (daí o uso do prefixo “sócio-”). Van Dijk (2008), da corrente sociocognitivista da ACD, não aceita a passagem do discurso ao social (especialmente ao poder e dominação), sem ligá-lo ao cognitivo:

De acordo com o meu esquema teórico, essa ligação direta não existe: não há uma influência direta da estrutura social sobre a escrita ou a fala. Antes, estruturas sociais são observadas, experimentadas, interpretadas e representadas por membros sociais, por exemplo, como parte de sua interação ou comunica-

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

ção continuada. É essa (subjéitiva) representação, esses modelos mentais de eventos específicos, esse conhecimento, essas atitudes e ideologias que, no fim, influenciam os discursos e outras práticas sociais das pessoas (VAN DIJK, 2008, p. 26).

Por fim, ainda se pode afirmar que a “concepção tridimensional do discurso” reúne três tradições analíticas (FAIRCLOUGH, 1998): descrição – análise textual; interpretação – prática discursiva; explicação – análise social. Caldas-Coulthard (2008) nos informa que na tradição descritiva, o texto, embora unidade semântica, é analisado segundo suas características formais; a interpretação investiga o uso das convenções; a explicação tem por objetivo “explicitar como as propriedades de interação situam-se na ação social” (p. 32), verificando o uso político e ideológico dessa interação e as relações de poder e valores discriminatórios.

Observa-se que nem sempre é nítida a distinção entre “descrição” e “interpretação”. O critério recomendável, segundo o próprio Fairclough (1998, 2008), é considerar como “descrição” os casos em que mais se destaquem os aspectos formais do texto. Realçando-se mais os processos produtivos e interpretativos, há de ter-se em conta a análise da prática discursiva, embora se envolvam, também, os aspectos formais do texto. Também vale lembrar que a análise do discurso é uma atividade multidisciplinar. Ao analisar textos, mesmo linguisticamente, estamos considerando tanto forma quanto conteúdo, ainda que algumas abordagens tenham tentado diferenciar e distanciar esses aspectos.

A seguir (Cf. Figura 1)), o modelo tridimensional e suas categorias de análise. Deve-se considerar que estas categorias e dimensão não devem constituir-se de forma estanques, são apenas nortes que ajudam na análise.

1.1.1. Análise textual

Dimensão baseada na tradição de análise textual e linguística e tem como objetivo descrever as características organizacionais gerais, o funcionamento e o controle das interações. Não deve ser feita isoladamente das outras dimensões. Os itens relevantes nesta análise são: tomada de turnos, estruturas de trocas, controle de tópicos, determinação e policiamento de agendas, formulação, modalidades, polidez, *ethos*, conectivos e argumentação, transitividade e tema, significado das palavras, criação de palavras, metáforas, entre outros. A análise textual envolve quatro itens, apresentados em escalas ascendentes: a) vocabulário (lexicalização); b) gramática, c) coesão e d) estrutura textual

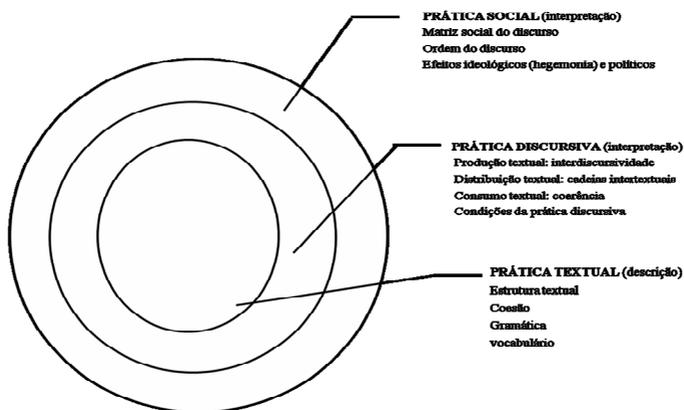


Figura 1: Adaptação do Modelo Tridimensional²

a) **Vocabulário**

Significado das palavras: mapear as palavras-chave que apresentam significado cultural variável, o significado potencial de uma palavra, enfim, como elas funcionam como um modo de hegemonia e um foco de luta.

Criação de palavras: examinar as lexicalizações alternativas e sua significação tanto política quanto ideológica. É interessante constatar que a criação de itens lexicais gera novas categorias culturalmente essenciais.

Para Fairclough (Cf. RESENDE; RAMALHO, 2006, p. 75) “Os significados das palavras e a lexicalização de significados não são construções individuais, são variáveis socialmente construídas e socialmente contestadas, são ‘facetadas de processos sociais e culturais mais amplos’. Com isto devemos entender que os significados das palavras ou a lexicalização destes significados não resultam de leituras individuais, mas leituras de indivíduos inseridos histórico-socialmente. O próprio Rajagopalan (2003) destaca que o processo de nomeação é um ato político.

² Pedrosa (2005) apresenta o modelo através de quadros em "Análise crítica do discurso – uma proposta para a análise crítica...". Propostas da ACD. A ACD propõe-se a estudar a linguagem como prática social e, Os que fundamentam suas pesquisas na *análise crítica do discurso* www.filologia.org.br/fixcnlf/3/04.htm

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

Metáfora: caracterizar as metáforas utilizadas em contraste com metáforas usadas para sentidos semelhantes em outro lugar, verificar que fatores (cultural, ideológico, histórico etc.) determinam a escolha dessa metáfora. Verificar as implicações políticas e ideológicas, identificando os conflitos entre metáforas alternativas. Fairclough (2008), com base em Lakoff e Johnson, afirma que as metáforas estão ‘infiltradas’ na vida cotidiana, na linguagem, no pensamento e na ação. Isto corrobora o fato de nosso sistema conceitual ser, por natureza, metafórico. Significa, deste modo, que os conceitos não só estruturam os pensamentos, estruturam também o modo como apreendemos o mundo e como nele nos comportamos. Para Dell’Isola (1998), a metáfora é um fenômeno discursivo e por isso apresenta-se em um contexto referencial, podendo também conter marcas culturais. O criador da metáfora e seu ‘desconstrutor’, inseridos em um contexto cultural, subvertem as regras da língua/do discurso a fim de construir novas formas de discursos e representações da realidade.

Caldas-Coulthard (2008, p. 33, 34) sugere uma lista de perguntas norteadoras para se proceder à análise do vocabulário:

- 1- Há palavras no texto que são ideologicamente contestadas (sexistas, racistas etc.);
- 2- Há algumas que permitem classificar as pessoas no texto quanto ao tipo de profissão e de papéis sociais.
- 3- Há palavras formais ou informais no texto (formas de tratamento, por exemplo)?
- 4- Que valor expressivo é dado às palavras (como as palavras avaliativas são usadas, por exemplo)?
- 5- Que metáforas são usadas?

b) Gramática

Transitividade (função ideacional da linguagem): Verificar se tipos de processo [ação, evento...] e participantes estão favorecidos no texto, que escolhas de voz são feitas (ativa ou passiva) e quão significativa é a nominalização dos processos” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 287). Há uma motivação social para analisar a transitividade. Pode-se tentar estabelecer que fatores sociais, culturais, ideológicos, políticos ou teóricos decidem como um processo é significado num tipo de discurso particular (ou mesmo em diferentes discursos) ou em um dado texto. Por exemplo, há

motivação para escolher a voz passiva. Seu uso permite a omissão do agente por ser irrelevante, por ser evidente por si mesmo ou por ser desconhecido, mas, também, a omissão pode ter razões políticas ou ideológicas, a fim de ofuscar o agente, a causalidade e a responsabilidade.

Tema (função textual da linguagem): observar se existe um padrão discernível na estrutura do tema do texto para as escolhas temáticas das orações. Tema é a “dimensão textual da gramática da oração dedicada aos modos pelos quais os elementos da oração são posicionados de acordo com a sua proeminência informacional” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 221).

Modalidade (função interpessoal da linguagem): determinar padrões por meio da modalidade, quanto ao grau de afinidade expressa com proposições. Quando as pessoas escolhem suas orações em termos de modelo e estrutura, selecionam, também, o significado e a construção de identidades sociais, de relações sociais, de crenças e conhecimentos. Alguns itens gramaticais são utilizados para modalizar a oração: verbos auxiliares modais, tempos verbais, conjunto de advérbios modais e seus adjetivos equivalentes. Além desses elementos, outros aspectos da linguagem também indicam a modalização, como padrões de entonação, fala hesitante, entre outros. Na modalidade, temos mais que um comprometimento do falante com suas proposições, um comprometimento que passa, também, pela interação com os interlocutores.

A lista de Caldas-Coulthard (2008, p. 34) em relação à gramática é a seguinte:

- 1- Que tipos de processos verbais e participantes são predominantes na interação?
- 2- O agenciamento é explícito (quem faz o quê)?
- 3- Que tipos de nominalizações são usados?
- 4- As orações são ativas ou passivas?
- 5- Que modos (declarativo, interrogativo, imperativo) são usados?
- 6- Como a modalidade é feita?
- 7- Que tipos de pronomes são usados? E como?
- 8- As orações são positivas ou negativas?

9- As orações complexas são caracterizadas por subordinação ou coordenação?

c) Coesão

Mostrar de que forma as orações e os períodos estão interligados no texto. Na coesão, pode-se considerar como as orações são ligadas em frases e como essas são ligadas para formar unidades maiores nos textos. Os marcadores coesivos não podem ser vistos apenas como propriedades objetivas dos textos, mas “têm de ser interpretados pelos intérpretes de textos como parte do processo de construção de leituras coerentes do texto” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 220). Esses marcadores também necessitam ser tomados dinamicamente e segundo a visão do produtor do texto: os produtores de texto situam ativamente relações coesivas de determinados tipos no processo de posicionar o intérprete como sujeito. A coesão pode tornar-se um modo significativo de trabalho ideológico que ocorre em um texto.

d) Estrutura textual

Descrever as características organizacionais gerais, o funcionamento e o controle das interações. A estrutura textual também diz respeito à arquitetura do texto, principalmente no que se refere a aspectos superiores do planejamento de diferentes tipos de texto. A forma como o texto se organiza pode expandir a percepção dos sistemas de crenças e conhecimentos e alargar, também, a percepção dos pressupostos sobre as relações sociais dos tipos de texto mais diversos.

Polidez: identificar que estratégias de polidez são mais utilizadas na amostra e o que isso sugere sobre as relações sociais entre os participantes. As regras de polidez particulares tanto incorporam quanto reconhecem relações sociais de poder particulares. Segundo Fairclough (2008, p. 204), “investigar as convenções de polidez de um dado gênero ou tipo de discurso é um modo de obter percepção das relações sociais dentro das práticas e dos domínios institucionais, aos quais esse gênero está associado”.

Ethos: verificar as características que contribuem para a construção do ‘eu’ ou de identidades sociais. “A imagem discursiva de si é [...] ancorada em estereótipos, um arsenal de representações coletivas que determinam, parcialmente, a apresentação de si e sua eficácia em uma determinada cultura” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 221).

Esses estereótipos culturais circulam nos mais diversos domínios: literatura, cinema, publicidade etc. (MAINGUENEAU, 2001). O posicionamento de Fairclough (2008) é o de que o *ethos* pode ser considerado como parte de um processo mais amplo de “modelagem” em que o tempo e o lugar de uma interação e seus participantes, assim como o *ethos* desses participantes, são constituídos pela valorização de ligações em certas direções intertextuais de preferência a outras.

Mais uma vez, a contribuição da lista elaborada por Caldas-Coulthard (2008, p. 34)

- 1- Onde está situada a principal informação no texto?
- 2- Que tipos de relações oracionais existem?
- 3- Que tipos de estruturas genéricas são usados (narrativa, argumentações, relatórios etc.)?

1.1.2. Análise discursiva

A prática discursiva (produção, distribuição e consumo) está baseada na tradição interpretativa ou microsociológica de levar em conta a prática social como algo que as pessoas, ativamente, produzem e apreendem com embasamento em procedimentos compartilhados consensualmente. Trata-se, portanto, de uma análise chamada de “interpretativa”, pois é uma dimensão que trabalha com a natureza da produção e interpretação textual. Alguns aspectos podem ser observados nessa análise, envolvendo as três dimensões da prática discursiva: produção do texto – interdiscursividade e intertextualidade manifesta; distribuição do texto – cadeias intertextuais; consumo do texto – coerência. A essas três dimensões, Fairclough (2008) acrescentou as “condições da prática discursiva” com a finalidade de apresentar aspectos sociais e institucionais que envolvem produção e consumo de textos.

a) Produção do texto

Por interdiscursividade e intertextualidade, entende-se a propriedade que os textos têm de estar repletos de fragmentos de outros textos. Esses fragmentos podem estar delimitados explicitamente ou miscigenados com o texto que, por sua vez, pode assimilar, contradizer ou fazer ressoar, ironicamente, esses fragmentos.

Interdiscursividade (intertextualidade constitutiva): Especificar os tipos de discurso que estão na amostra discursiva sob análise, e de que forma isso é feito.

Intertextualidade manifesta: Especificar o que outros textos estão delineando na constituição do texto da amostra, e como isso acontece. Como ocorre a *representação discursiva*: direta ou indireta? O discurso representado está demarcado claramente? De acordo com o processo considerado, a intertextualidade pode ser vista diferentemente. No processo de produção, a intertextualidade acentua a historicidade dos textos, sendo sempre acréscimo às “cadeias de comunicação verbal” (BAKHITIN, 2000). No processo de distribuição, a intertextualidade é útil para a “exploração de redes relativamente estáveis em que os textos se movimentam, sofrendo transformações predizíveis ao mudarem de um tipo de texto a outro” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 114). No processo de consumo, a intertextualidade é proveitosa ao destacar que não é unicamente “o texto” (ou os textos intertextualizados na constituição desse texto) que molda a interpretação, porém, também os outros textos que os intérpretes, variavelmente, trazem ao processo de interpretação. Observar se há relação entre intertextualidade e hegemonia é importante e produtivo como pista para a interpretação, para explicar as mudanças. O conceito de intertextualidade liga-se à produtividade dos textos, pois aponta para como os textos transformam textos anteriores e reestruturam as convenções existentes a fim de originar novos textos.

b) Distribuição do texto

Cadeias intertextuais: classificar a distribuição de uma amostra discursiva através da descrição das séries de textos nas quais ou das quais é transformada. Quais os tipos de transformações, quais as audiências antecipadas pelo produtor? Quando especificamos as cadeias intertextuais em que entra um tipo particular de discurso, estamos, na verdade, especificando sua distribuição. O número de cadeias intertextuais é limitado pelo número de cadeias reais, ou seja, pelo número de instituições e de práticas sociais. As cadeias intertextuais podem ser muito complexas, como ocorre, por exemplo, quando se transforma um discurso presidencial em outros textos, pertencentes a diferentes gêneros (reportagens, análises e comentários, artigos acadêmicos etc.), ou podem ser muito simples, pois uma contribuição a uma conversa informal não poderá gerar tantas cadei-

as intertextuais como no exemplo anterior, provavelmente será apenas modificada por formulações dos coparticipantes.

c) Consumo do texto

Coerência: Considerar as implicações interpretativas das particularidades intertextuais e interdiscursivas da amostra. Como os textos são interpretados e quanto de trabalho inferencial é requerido. A coerência deixa de ser abordada como propriedade do texto para ser tratada como propriedades de interpretação, pois um texto só faz sentido para alguém, quando lhe é possível interpretá-lo, ao gerar leituras coerentes. Contudo, não se deve esquecer que há a possibilidade de fazerem-se leituras diferentes, como resistência à proposta pelo texto. De qualquer modo, a fim de que um texto faça sentido, é necessário que os intérpretes encontrem uma maneira de convencionar seus vários dados em uma unidade coerente, conquanto não necessariamente unitária, determinada ou não ambivalente. No dizer de Magalhães (2001, p. 23): “Os interpretantes, além de sujeitos discursivos em processos discursivos, são também sujeitos sociais com determinadas experiências acumuladas de vida e recursos orientados diferentemente para as dimensões múltiplas da vida”.

d) Condições da prática discursiva

Especificar as práticas sociais de produção e consumo do texto, ligadas ao tipo de discurso que a amostra representa. A produção é coletiva ou individual? Há diferentes estágios de produção? A fim de compreender as condições de práticas discursivas, é necessário perceber que os textos são produzidos de maneira particular e em contextos sociais particulares. Semelhantemente à produção, os textos são consumidos diferentemente em variados contextos sociais. A produção e o consumo podem ser individuais ou coletivos. Os textos podem ser caracterizados por distribuição simples (conversa casual) ou complexa. Eles podem apresentar resultados variáveis, de natureza extradiscursiva e, ainda, discursiva (os atos de fala).

1.1.3. Análise social

O objetivo geral dessa prática é especificar “a natureza da prática social da qual a prática discursiva é uma parte, constituindo a base para

explicar por que a prática discursiva é como é; e os efeitos da prática discursiva sobre a prática social” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 289), porque “a prática social (política, ideológica etc.) é uma dimensão do evento comunicativo, da mesma forma que o texto” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 99). Essa é uma análise de tradição macrossociológica e com características interpretativas. É uma dimensão que verifica as questões de interesse na análise social, ou seja, analisa as circunstâncias institucionais e organizacionais do evento discursivo e de que maneira elas moldam a natureza da prática discursiva. Em resumo a análise social tem por objetivo, especialmente, trabalhar ideologia e hegemonia.

- a) **Matriz social do discurso:** especificar as relações e as estruturas sociais e hegemônicas que constituem a matriz dessa instância particular da prática social e discursiva; como essa instância aparece em relação a essas estruturas e relações [...]; e que efeitos ela traz, em termos de sua representação ou transformação?” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 289-290).
- b) **Ordens do discurso:** explicitar o relacionamento da instância da prática social e discursiva com as ordens de discurso que ela descreve e os efeitos de reprodução e transformação das ordens de discurso para as quais colaborou.
- c) **Efeitos ideológicos e políticos do discurso: focalizar** os seguintes efeitos ideológicos e hegemônicos particulares: sistemas de conhecimento e crença, relações sociais, identidades sociais (eu).

Conforme Fairclough, ideologias são construções ou significações da realidade (mundo físico, relações sociais, identidades sociais) que se fundamentam em diferentes dimensões das formas e dos sentidos das práticas discursivas e que colaboram para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de poder.

As ideologias implícitas nas práticas discursivas são por demais eficazes quando se tornam naturalizadas e conseguem atingir o *status* de senso comum (repositório dos diversos efeitos de lutas ideológicas passadas e constante alvo de reestruturação nas lutas atuais). Contudo, essa propriedade aparentemente estável e estabelecida das ideologias pode ser subjugada pela transformação, ou seja, pela luta ideológica como dimensão da prática discursiva, conseguindo-se, assim, remodelar as práticas discursivas e as ideologias que nelas foram construídas, no contexto das redefinições das relações de dominação.

A ideologia é uma propriedade tanto de estruturas nas ordens dos discursos (que constituem o resultado de eventos passados) quanto de eventos (ou condições de eventos atuais e nos próprios eventos). Nas palavras de Fairclough (2001, p. 119), “é uma orientação acumulada e naturalizada que é construída nas normas e nas convenções, como também um trabalho atual de naturalização e desnaturalização de tais orientações nos eventos discursivos”.

Fairclough afirma que os sujeitos, mesmo sendo posicionados ideologicamente, têm capacidade de agir criativamente, no sentido de executar suas próprias conexões entre as diversas práticas e ideologias a que são expostos e, também, de reestruturar tanto as práticas quanto as estruturas posicionadoras. “O equilíbrio entre o sujeito ‘efeito’ ideológico e o sujeito agente ativo é uma variável que depende das condições sociais, tal como a estabilidade relativa das relações de dominação” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 121).

Esta questão do sujeito vem a ser o grande embate entre AD e ACD. Aquela com um sujeito assujeitado e esta com um sujeito transformador. Diante deste aspecto, é interessante conhecer o posicionamento de um grande analista (da AD) nacional – Sirio Possente. Possenti (2009, p. 83) afirma que passou “não aceitar a tese corrente em AD segundo a qual o sujeito é assujeitado, não foi por desconheçê-la. Foi exatamente porque eu a conhecia bastante bem e a tinha anteriormente aceito. Se passei a não mais aceitá-la, pelo menos na formulação Althusseriana, foi por outras razões, teóricas e empíricas”, e ainda acrescenta que o próprio Foucault em sua obra *o Uso dos Prazeres* (1984 *apud* POSSENTI, 2009, p. 87) “abandonara seu posto antigo, e visava agora a um sujeito das práticas do cotidiano, cercado de circunstâncias que certamente não o deixam livre, mas que não o subjagam.” E arremata com a frase: “Estamos longe do sujeito assujeitado”.

Fairclough considera que nem todo discurso é irremediavelmente ideológico. As ideologias caracterizam as sociedades que são estabelecidas numa relação de poder, de dominação. Assim, à medida que os seres humanos transcendem esse tipo de sociedade, transcendem também a ideologia. Por isso, Fairclough (2008) não aceita a visão que atribui a Althusser, em que a ideologia é o cimento social, o que é inseparável da sociedade. Os discursos caracterizam-se abertos em termos de princípios, logo, eles não são investidos ideologicamente no mesmo grau.

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

O segundo ponto a ser tratado na análise da prática social é a hegemonia, conceito procedente dos estudos de Gramsci (*Apud FAIRCLOUGH, 2008*) sobre o capitalismo ocidental e da estratégia revolucionária da Europa Ocidental. Destacaremos algumas concepções de hegemonia aceitas por Fairclough (2008, p. 122):

- a. É tanto liderança como exercício do poder em vários domínios de uma sociedade (econômico, político, cultural e ideológico).
- b. É, também, a manifestação do poder de uma das classes economicamente definidas como fundamentais em aliança com outras forças sociais sobre a sociedade como um todo, porém nunca alcançando, senão parcial e temporariamente, um 'equilíbrio instável'.
- c. É, ainda, a construção de alianças e integração através de concessões (mais do que a dominação de classes subalternas).
- d. É, finalmente, um foco de luta constante sobre aspectos de maior volubilidade entre classes (e blocos), a fim de construir, manter ou, mesmo, a fim de romper alianças e relações de dominação e subordinação que assumem configurações econômicas, políticas e ideológicas.

Ideologia, a partir dessa visão de hegemonia, é “uma concepção do mundo que está implicitamente manifesta na arte, no direito, na atividade econômica e nas manifestações da vida individual e coletiva” (GRAMSCI *apud* FAIRCLOUGH, 2008, p. 123). A produção, a distribuição e o consumo de textos são, em verdade, um dos enfoques da luta hegemônica que contribui, em diferentes graus, para a reprodução ou a transformação da ordem de discurso e das relações sociais e assimétricas existentes.

Hegemonia, em resumo, é o domínio baseado no consenso, na concessão que grupos poderosos fazem a grupos menores, a fim de não desestabilizar o poder.

O discurso vem a ser a grande força utilizada para naturalizar práticas sociais hegemônicas, pois ele tem a força de naturalizar condições adversas ou discrepantes socialmente em algo aceito sem questionamento. Van Dijk (2008, p. 21) afirma que “A ilusão de liberdade e diversidade pode ser uma das melhores maneiras de produzir a hegemonia ideológica que servirá aos interesses dos poderes dominantes na sociedade”.

2.2. Metodologia em análise crítica do discurso

A análise crítica do discurso é uma disciplina que dialoga com a Linguística e a Ciência Social Crítica e constitui um modelo teórico-

metodológico aberto a pesquisas de diversas práticas na vida social. Conforme Pedro (1998, p. 26). “a ACD procura centrar-se na análise das estratégias discursivas que legitimam o controle, que ‘naturalizam’ a ordem social e, especialmente, as relações de desigualdade”.

Por isso, as análises empíricas em ACD devem movimentar-se entre o linguístico e o social, pois esta considera o discurso como uma forma de prática social, ou seja, como um modo de ação sobre o mundo e a sociedade, apontando para as mudanças sociais contemporâneas e as práticas emancipatórias. Isto justifica por que pesquisa, nesse campo, requer uma visão científica de crítica social a fim de prover base científica para um questionamento crítico da prática social (RESENDE; RAMALHO, 2004).

Por isso que fundamentam suas pesquisas na análise crítica do discurso orientam para que os métodos utilizados sirvam para vincular a teoria com a observação. Seus métodos indicam as vias seguidas ou que serão seguidas pela investigação. Pelo fato de os investigadores seguirem vários enfoques, a metodologia adotada, como não poderia deixar de ser, seguirá, também, vários caminhos, de acordo com os enfoques ressaltados. Segundo Meyer (2003), é necessário que a ACD mantenha, continuamente, uma retroalimentação entre a análise e a recolhida de dados. Por isso, a seleção de dados não se encerra quando do início da análise, ao contrário, o analista, diante de um fato novo, buscará, em sua fonte de dados, exemplos que possam confirmar o que foi encontrado. O que poderia gerar uma análise infinita é controlado pelo recorte estabelecido para a pesquisa. Assim, a coleta de dados passa a ser uma fase, ou melhor, um processo permanentemente operativo. Isto por que trabalhos em ACD não delimitam as diferenças entre teoria, descrição e aplicação.

Dentre seus campos de pesquisa, estão: mídia, enquadramento profissional, contextos burocráticos, burocratização e tecnologia da linguagem, literatura, discursos legais, médico, da ciência, da economia, racismo, discriminação com base no sexo, desvantagem educativa, situações multiétnica, entre outros.

2. *Democratização, tecnologia e comodificação: as tendências contemporâneas do discurso*

Novas práticas de linguagem estão emergindo nos mais variados campos da vida social. De acordo com Fairclough (2008), as mudanças

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

na prática social são inicialmente marcadas no plano da linguagem pelas mudanças no sistema de gêneros discursivos. Uma sociedade ou instituição particular tem uma configuração particular de gêneros com relações particulares entre eles, constituindo um sistema. Dessa forma, quando os gêneros sofrem mudanças, isso acaba alterando as relações entre eles, e conseqüentemente, o seu sistema.

Para o autor, as três tendências que têm afetado o discurso nas sociedades contemporâneas são: a democratização, a comodificação e a tecnologização. As duas primeiras referem-se a mudanças efetivas nas práticas discursivas, enquanto a terceira, a tecnologização do discurso, é uma tendência de mudança nas ordens de discurso que sugere uma intervenção consciente nas práticas discursivas, fator significativo na produção de transformações sociais.

Destaca ainda, o referido autor, que as tendências interagem entre si nos processos de luta hegemônica sobre a estrutura das ordens de discurso, causando um impacto notável sobre diversas ordens de discurso contemporâneas e projetando rearticulações.

Faireclough (2008) desenvolveu análises de publicidade referente ao ensino superior para ilustrar esses processos. Os resultados mostram uma mudança nas tecnologias discursivas empregadas, fundamentadas em posicionamentos discursivos que revelam a construção do leitor como consumidor de um produto.

Essa tendência neoliberal e globalizada também tem causado mudanças que afetam as práticas religiosas, contribuindo para uma nova visão de religião, associando-a aos princípios mercadológicos de produção e rentabilidade, introduzindo nas instituições religiosas a lógica da competição e concorrência no mercado.

Escolhemos como objeto de análise o discurso institucional da Igreja Universal do Reino de Deus, entidade pública religiosa, em virtude de ela nos parecer um exemplo característico de estrutura empresarial-eclesiástica na atualidade. O *corpus* para análise é constituído por testemunhos publicados na seção *Superação* do jornal *Folha Universal* em 2008. Para entendermos melhor os três processos vejamos como eles são conceituados e como se realizam neste *corpus*.

3.1 Democratização do discurso: a eliminação simulada de marcadores explícitos de poder

As transformações ocorridas nas últimas décadas, aceleradas pelos avanços na tecnologia – nos meios de comunicação, nos modos de produção e na natureza das organizações – produziram a necessidade de uma nova linguagem. De modo geral, o discurso formal vem sendo substituído pelo informal.

Para Fairclough (2008), essa tendência ao discurso conversacional é resultado do processo de democratização em todas as esferas da atividade humana. O autor entende como *democratização do discurso*, “a redução de marcadores explícitos de assimetria de poder entre pessoas com poder institucional desigual – professores e alunos, gerentes e trabalhadores, pais e filhos, médicos e pacientes –, que é evidente numa diversidade de domínios institucionais” (FAIRCLOUGH 2008, p. 129).

Em sua pesquisa, o linguista britânico analisa cinco áreas de democratização discursiva: relações entre línguas e dialetos sociais; acesso a tipos de discurso de prestígio; eliminação de marcadores explícitos de poder em tipos de discurso institucionais com relações desiguais de poder; tendência à informalidade das línguas, e mudanças nas práticas referentes ao gênero na linguagem. Em nosso trabalho destacaremos a retirada de marcadores explícitos de poder em tipos de discurso institucionais com relações desiguais de poder.

Essa tendência de eliminar marcadores explícitos de poder, enfatiza o autor, está intimamente ligada à informalidade, cuja importância tem sido bastante acentuada pelos valores culturais contemporâneos. Ele afirma: “é nos tipos mais formais de situação que as assimetrias de poder e *status* são as mais nítidas” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 251). A forma como o discurso conversacional está sendo projetado do seu domínio privado para a esfera pública é uma manifestação clara de informalidade. Destaca ainda que a conversação está colonizando a mídia, vários tipos de discurso profissional/ público, educacional e outros.

A mudança na relação entre discurso falado e escrito dá a dimensão dessa manifestação de informalidade. Percebemos essa mudança referente à conversação não só em todas as partes da mídia impressa, mas também nos meios eletrônicos como rádio e televisão. Com isso cresce o número de programas de entrevistas e de apresentadores que conversam com seus ouvintes como se estivessem batendo um papo com amigos.

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

Reportagens de jornais simulam o discurso conversacional. Observemos a chamada da seção *Superação*.

“TODA SEMANA **VOCÊ** VAI ACOMPANHAR, AQUI,
HISTÓRIAS EMOCIONANTES E DRAMÁTICAS
DE QUEM ENFRENTOU E VENCEU DESAFIOS”.

A personalização dos leitores (você), e a direção individualizada a fiéis potenciais (você e não você), simulam uma relação conversacional e, portanto, relativamente pessoal, informal, íntima, solidária e igual entre a instituição (Folha Universal/Igreja Universal) e o leitor, a quem ela deseja persuadir. Desse modo, com o uso do pronome “você”, o locutor encena um diálogo com o leitor e o convida para ler a seção todas as semanas.

A referência direta é usada convencionalmente como marcador de informalidade na publicidade moderna. A esse respeito Fairclough (2008) afirma que os textos comodificados, construídos sobre modelos de publicidade, manifestam comumente aspectos democratizantes como a informalidade e o discurso conversacional.

Porém, Fairclough (2008) ressalta que essa retirada funciona apenas como uma maquiagem e mostra sua preocupação com a eliminação de marcadores explícitos de hierarquia e assimetria de poder em tipos de discurso institucional nos quais as relações de poder são desiguais. Nas palavras do autor, “detentores de poder e ‘sentinelas’ de vários tipos estão simplesmente substituindo mecanismos explícitos de controle por mecanismos encobertos” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 251).

Corroborando e ampliando essa ideia, Carvalho (2002, p. 17) afirma que “o discurso [da propaganda] e da publicidade é um dos instrumentos de controle social e, para realizar esta função, simula igualitarismo, remove da estrutura de superfície os indicadores de autoridade e poder, substituindo-os pela linguagem da sedução”.

Esses traços textuais marcam uma mudança histórica importante na natureza e nos objetivos dos “testemunhos religiosos” alinhada com as mudanças maiores da religião cristã: a colonização do discurso religioso pelo discurso de mercado. O mercado opera no sentido de cooptar o campo da religião para a reprodução dos seus interesses, exercendo assim o papel de reprodução e legitimação do modo de produção e da ideologia dominante.

Nessa perspectiva, as leis da religião passam a praticar o idioma da mercadoria e a submeter tudo a essa engrenagem mercantilizadora. A publicidade, por sua vez, portadora dos interesses do capital, pressiona a religião a operar na mesma lógica, submete-a as mesmas regras e valores. Num primeiro momento, o evangelho vira mercadoria, oferecido em outdoors, faixas, propagandas e outras formas de mídia. Num segundo momento a fé vira mercadoria, que submete seu valor de uso ao valor de troca. E num momento final, os próprios fiéis viram mercadorias, através das notícias, dos testemunhos.

Então, podemos afirmar que, nos casos analisados, há uma espécie de democratização relacionada a um sentido hegemônico, que acaba por participar da manutenção ou mudança dos valores, das crenças, da prática social.

3.2 Tecnologização do discurso: a mudança discursiva como resultado de um processo consciente

O termo ‘tecnologias discursivas’, adotado por Fairclough (2008), foi adaptado da análise de Foucault sobre as ‘tecnologias’ e ‘técnicas’ ligadas ao ‘biopoder’ moderno, e a tecnologização do discurso como características de ordens de discurso modernas, ao se referir a uma das tendências de produção de mudança discursiva.

Norman Fairclough (2008, p. 264) chama de “tecnologização do discurso” um conjunto de técnicas que são usados estrategicamente para “ter efeitos particulares sobre o público”. Tendência das sociedades modernas, essas “técnicas” têm sido cada vez mais utilizadas por um grupo de pessoas detentoras de “habilidades especiais”, geralmente especialistas no manejo da linguagem, das técnicas linguísticas, de conhecimentos sobre a sociedade e seu funcionamento, na tentativa frequente de controle sobre a vida das pessoas.

O teórico britânico (2008, p. 90) listou cinco características da tecnologização do discurso: 1. O surgimento de peritos em “tecnologia do discurso”; 2. Uma mudança no “policionamento” das práticas discursivas; 3. Concepção e projeção de técnicas discursivas descontextualizadas; 4. Simulação discursiva com fundamentos estratégicos; 5. Pressão no sentido de uniformizar as práticas discursivas. Ele diz:

As tecnologias discursivas estabelecem uma ligação íntima entre o conhecimento sobre linguagem e discurso e poder. Elas são planejadas e aperfeiçoa-

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

das com base nos efeitos antecipados mesmo nos mais apurados detalhes de escolhas linguísticas no vocabulário, na gramática, na entonação, na organização do diálogo, entre outros, como também a expressão facial, o gesto, a postura e os movimentos corporais. Elas produzem mudança discursiva mediante um planejamento consciente. Isso implica acesso de parte dos tecnólogos ao conhecimento psicológico e sociológico (FAIRCLOUGH, 2008, p. 265).

Caracterizadas como uma forma de poder, como instrumentos de policiamento e dominação das práticas discursivas, as tecnologias discursivas estão avançando para locais institucionais específicos, onde são conscientemente cuidadas, planejadas e aperfeiçoadas por especialistas para atender às exigências institucionais na transmissão das técnicas. Os especialistas ou tecnólogos têm acesso ao conhecimento sobre a linguagem e o discurso que moldam as práticas discursivas institucionais.

Fairclough (2008, p. 264) afirma que a entrevista, o ensino, o aconselhamento e a publicidade são “técnicas transcontextuais que são consideradas como recursos ou conjunto de instrumentos que podem ser usados para perseguir uma variedade ampla de estratégias em muitos e diversos contextos”.

A mídia (recursos tecnológicos ligados à comunicação) é o espaço ideal para a tecnologização dos discursos das igrejas neopentecostais. Através dos meios de comunicação de massa, espaço que abriga profissionais aptos e especialistas em técnicas persuasivas, é que são publicizados os discursos comodificados das instituições religiosas.

A produção discursiva midiática evangélico neopentecostal vem se caracterizando através da capacidade de despertar desejos. Em relação à ideia de sedução, Fairclough (2008), citando a obra de Habermas (1984), destaca a “colonização” do mundo pelos “sistemas da economia e do Estado”, o que provocaria “um deslocamento de usos ‘comunicativos’ da linguagem (...) por usos ‘estratégicos’ da linguagem – orientados para o sucesso, para conseguir que as pessoas realizem coisas” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 24).

Não podemos deixar de observar que a IURD, enquanto instituição religiosa, investe nessas tecnologias discursivas, usando uma gama de estratégias. Para ser mais eficaz naquilo que propõe, convencer os fiéis dos eficientes serviços e produtos, a IURD aperfeiçoou sua técnica de oratória contratando jornalistas e profissionais da área de marketing. Esses profissionais usam técnicas cada vez mais aprimoradas para convencer da capacidade que a própria IURD tem de resolver todos os males da face da Terra. Giddens (1991) utiliza o termo “peritos” quando se refere

aos profissionais das igrejas que são pagos pelo trabalho de mediação entre o fiel e Deus, espécie de psicoterapeutas que proveem as pessoas das chaves compreensivas de suas dificuldades.

Como ressaltamos anteriormente, o sucesso profissional e os ganhos materiais são temas recorrentes nos testemunhos publicados na seção *Superação*. Essa estratégia discursiva de sedução fica bem evidenciada nos exemplos abaixo.

Título: “A pobreza tentou apagar meu sonho”

[...]

“Atribuo nosso sucesso profissional aos propósitos de fé que sempre participamos na IURD”. Além do consultório, o casal alcançou outra vitória: o nascimento do filho. (Edição 832, 16/03/2008)

Título: Determinação é essencial para o sucesso

Subtítulo: Mergulhado em dívidas, médico encontra o verdadeiro caminho para os objetivos

[...]

Hoje, ele é proprietário de centros clínicos nos municípios de São Gonçalo, Itaboraí e Araruama, no interior do Rio de Janeiro, e de um consultório próprio na capital, oferecendo serviços em diversas áreas médicas, contando com uma equipe de aproximadamente 30 especialistas. (Edição 837, 20/04/2008)

Título: Ideia redentora

Subtítulo: Após duas falências e muitas derrotas, empresária faz sucesso em outros países

“Superamos as duas falências que tivemos e as derrotas se tornaram conquistas”, conta.

Tais resultados satisfatórios, segundo Selma, foram alcançados após participar do propósito da Fogueira Santa (campanha realizada na IURD), do qual ela faz questão de não ficar de fora até os dias de hoje. “A cada Fogueira Santa, Deus me dá novas inspirações. Recentemente, adquiri um salão de beleza e estética num dos bairros de alto nível de Curitiba”, relata. (Edição 858, 22/09/2008)

Nos fragmentos selecionados acima, o sucesso profissional e a prosperidade financeira detêm importante centralidade. Os exemplos comprovam os propósitos comunicativos tecnologicados dos editores e

evidenciam a lógica eminentemente capitalista que procura contextualizar a “fé” ao mercado consumidor.

Constatamos, portanto, que a tecnologização do discurso tem provocado mudanças no discurso religioso, por meio de mudanças nas ordens de discurso das instituições e na configuração e articulação de novos gêneros discursivos, como é o caso do testemunho midiático, contexto da nossa pesquisa. Nesse caso, a mudança discursiva é planejada em detalhes, estrategicamente, para atingir objetivos predeterminados.

3.3 Comodificação: o discurso mercantilizado e marketizado da religião

Além de poder classificá-los na tendência de “democratização” e “tecnologização”, é possível vislumbrar outra tendência na superfície dos textos analisados: a comodificação.

Segundo Fairclough (2008), a comodificação é um processo que se configura na organização de domínios sociais diversos – cujo alvo não é a produção de bens de consumo – em estruturas de produção, distribuição e consumo: discursos associados com a produção de bens de consumo colonizam outros discursos institucionais.

O exemplo de comodificação que o autor apresenta é o discurso educacional que oferece cursos vendidos pela publicidade. Tal como a educação, os “produtos” e “serviços” religiosos seriam apenas um de uma série de domínios cujas ordens de discurso são colonizadas pelo gênero publicitário. O resultado é uma proliferação de textos que conjugam aspectos de publicidade com aspectos de outros gêneros de discurso.

O foco nesta seção é a intergenericidade: a emergência de um discurso híbrido de depoimento-e-publicidade e segue um modelo de análise tomado de Fairclough (2008). Pode-se destacar, de acordo com esse autor, que as mudanças na prática social são marcadas no plano da linguagem pelas mudanças no sistema de gênero discursivo. A análise intertextual e interdiscursiva do gênero discursivo é fundamental para o estudo do aspecto híbrido dos gêneros discursivos. Na concepção de Fairclough (2008), o aparecimento de novos gêneros e a transformação dos já existentes estão relacionados com mudanças discursivas mais amplas na sociedade contemporânea. Essa é uma tendência à comodificação do discurso que explica o caráter híbrido, interdiscursivo do gênero discursivo

testemunho religioso em mídia impressa que é composto por configurações de diferentes gêneros e discursos.

Até aqui temos nomeado nosso objeto de análise de *gênero testemunho religioso em mídia impressa*, para fazer distinção do testemunho religioso veiculado na mídia não impressa (radiofônica, televisiva e outras). A recente evolução dos “testemunhos” é um reflexo das “pressões” sofridas pelas igrejas no sentido de se adequarem às condições do mercado “vendendo” os seus “cultos” e fazendo uso de técnicas discursivas provenientes da área da publicidade. Algumas das mudanças já efetuadas refletem-se na aparência física dos “testemunhos”: uma configuração de texto multimodal, utilizando várias linguagens ou semioses – a verbal, a imagética, as cores etc.

Tradicionalmente o testemunho consistia no relato de alguma bênção alcançada. Continha, portanto, informações relativas ao problema enfrentado pelo depoente e a sua solução. O objetivo era a glorificação do nome de Deus. No modelo comodificado, o objetivo seria divulgar uma marca (instituição) e “vender” seus produtos.

Trata-se, portanto, de um tipo de texto jornalístico com propriedades publicitárias, ou seja, expõe um fato, relata um acontecimento com intenções explícitas de promoção mercantil. Embora o testemunho publicado na seção *Superação* tenha um funcionamento linguístico-discursivo e formal do que seja uma linguagem jornalística (título, subtítulo, *lead*, relato de um fato), utiliza a linguagem marquetizada da persuasão, carregando a ideia de promoção mercantil.

Constatamos, portanto, que tal gênero discursivo, de maneira sutil, incita os leitores a um estilo de vida, despertando neles antes uma necessidade ou desejo de ter algo. Assim, o espaço para o depoimento dos fiéis deixa de ser um simples relato e passa a ser persuasivo, mercantilista.

O fato é que o produto ou serviço veiculado sob ícone de um depoimento (ACONTECEU COMIGO), no espaço editorial, terá mais credibilidade e legitimidade perante os leitores do testemunho. Assim, podemos dizer que o gênero discursivo *testemunho religioso em mídia impressa* tem como propósito comunicativo divulgar algum produto ou serviço, no caso específico, a própria IURD e seus produtos (Fogueira Santa de Israel) aproveitando-se do espaço editorial e de algumas propriedades da linguagem jornalística, com intenções explícitas de promoção mercantil. Portanto, a função comunicativa deste gênero é híbrida: informa para

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

vender e vende para informar. Essa dubiedade confere ao depoimento/produto uma nova forma de ação e interação com o público, despertando o desejo pelo produto/serviço anunciado, impelindo o leitor/consumidor à ação. Dessa forma, vinculado a um acontecimento, o testemunho-publicidade passa a estimular as necessidades e interesses do leitor/consumidor, tendo como argumento vantagens, benefícios, como pode ser verificado no exemplo:

Vida sem dívidas [manchete]

Casal sofre fracasso financeiro mas participa de propósitos e recupera as perdas

Por Ana Carolina Sousa

redacao@folhauniversal.com.br

São inúmeros os motivos que levam uma pessoa à Igreja Universal do Reino de Deus. Um deles é o fracasso na vida financeira. Foi o que aconteceu, por exemplo, com Marlene José Cabral Soares e Élcio Aparecido Soares, ambos de 37 anos. (FATO, ACONTECIMENTO) Quando o casal de trabalhadores autônomos chegou à IURD (PRODUTO) não possuía nada além de dívidas. Marlene relembra aquele momento difícil da vida:

“Trabalhávamos muito e não crescíamos. Morávamos de favor em apenas dois cômodos e nossos filhos adoeciam constantemente. Com isso, o pouco dinheiro que entrava era gasto com médicos e remédios. Nosso casamento também estava desgastado por brigas e traições”.

A mudança aconteceu quando chegaram à IURD (PRODUTO). Aprenderam sobre a importância do dízimo e participaram de campanhas e propósitos (PRODUTOS). Hoje, a família comemora o casamento feliz, os filhos saudáveis e a próspera vida financeira. “Somos muito abençoados em todos os sentidos. Nossa família é unida e não temos doenças. Conquistamos quatro caminhões, pois trabalhamos com comércio de frutas. Temos casa própria, um lote e carro de passeio”, conclui Marlene. (EDIÇÃO 852, 8/08/2008, destaques nossos)

Como se pode observar, o texto acima apresenta uma configuração híbrida: insere-se no espaço editorial *Superação*, tendo a temática da fé, como pano de fundo, para divulgar os produtos da IURD, que transforma a vida das pessoas. Para tanto, de forma direta, divulga os benefícios e vantagens do produto IURD, por meio de um texto jornalístico.

Percebemos no exemplo que o texto traz uma estrutura jornalística: título “Vida sem dívidas” (frase curta para chamar a atenção), atribuição de voz a um dos personagens (Marlene José Cabral Soares e Élcio Aparecido Soares), assinatura (por Ana Carolina Sousa reda-

cao@folhauniversal.com.br), enfatizando a responsabilidade do jornalista, e foto-legenda. O texto traz informações acerca dos fiéis, mas procura, neste cenário informativo, divulgar produtos oferecidos pela IURD.

Embora veiculadas no espaço para o depoimento do fiel, no exemplo fica evidenciado a promoção de produtos ou serviços, como a divulgação das campanhas oferecidas pela IURD e suas vantagens e benefícios, despertando o interesse do público leitor/consumidor.

Brown (1971) afirma que a propaganda, ou a publicidade, usa alguns esquemas básicos a fim de obter o convencimento dos receptores, dentre os quais destacarei dois: a criação de inimigos (o discurso persuasivo costuma criar inimigos) e o apelo à autoridade (o discurso persuasivo chama alguém que valide o que está sendo afirmado).

Em relação ao primeiro, as narrativas dos *testemunhos* revela muito bem esta questão. A IURD se justifica contra algo: a derrota em suas mais diferentes áreas da vida. Antes de chegar à IURD, a pessoa está falida, deprimida, desenganada etc.

Os elementos apresentados acima convergem para certas conotações que se encontram no eixo combate-triunfo. Ou seja, as pessoas encontram uma arma para vencer os seus inimigos: a IURD. O resultado da vitória é o aumento do prestígio social, a paz e harmonia completa na família, a ausência total de doenças e vícios.

Trouxemos outro exemplo (o número das frases foi acrescentado por nós). O texto ocupa um quarto de uma página do jornal, o resto é ocupado por duas fotos (com legendas que remetem à matéria interna) onde uma senhora aparece sorridente num escritório e na outra pausa entre dois carros novos em frente a uma garagem.

Na legenda da primeira o destaque em negrito “**CONQUISTA:** Representação da marca de perfumes onde Izilda recebe distribuidores”, na segunda sobressai: “**CARROS:** Bênçãos conquistadas através da Fogueira Santa”.

[Título]: “**Eu venci a pobreza**”

[Subtítulo] **Empresária dá a volta por cima depois de conviver com a falta de dinheiro.**

A empresária Izilda de Oliveira Bandeira, de 50 anos, passou por muitas dificuldades antes de chegar à IURD [1]. “Meu marido sempre trabalhou, mas, em uma determinada época, ficou desempregado, o que destruiu nossa vida, inclusive o nosso casamento”, conta [2]. Com dois filhos pequenos e a

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

casa para cuidar, Izilda diz que ficava angustiada diante da situação [3]. “Chegamos a depender de favor e de empréstimos de familiares para sobreviver [4]. Embora morássemos em casa própria, era inacabada, por conta das precárias condições financeiras”, relata, acrescentando que, não bastassem tantos problemas, os filhos viviam doentes, e isso gerava gastos também com remédios [5]. Sem dormir direito, a empresária lembra que, durante as madrugadas, assistia à programação da IURD pela televisão, o que despertou o interesse dela em buscar ajuda [5]. “Fui à Igreja e lá aprendi a lutar, agir minha fé e, acima de tudo, obedecer a Deus totalmente [6]. Tomei conhecimento da Fogueira Santa de Israel – um propósito de fé da Igreja – e me lancei de corpo, alma e espírito”, diz, salientando que, de lá para cá, a vida dela nunca mais foi a mesma, senão de vitórias [7]. Hoje, Izilda é proprietária de uma marca de perfumes, com escritório próprio de representação em Santo André, no ABC Paulista. Segundo ela, a marca foi criada e estruturada a partir de uma inspiração concedida por Deus [8]. “Pagamos as dívidas, não dependemos mais de ninguém e temos tudo do bom e do melhor, inclusive automóveis zero quilômetro, uma casa ampla e confortável e um belo apartamento na praia da Enseada, região nobre do Guarujá, litoral de São Paulo”, testemunha [9]. (Edição 843 – 01/06/2008, p. 2i).

O exemplo apresenta o depoimento de uma usuária (cliente) da IURD e, ao mesmo tempo, tenta “vender-la”. O texto apresenta de forma padronizada uma alternância no nível da frase entre tipos de discurso de depoimento e de publicidade. Por exemplo, a manchete (em caixa alta, tamanho de letras bem maiores, em negrito) “EU VENCI A POBREZA” entre aspas, possui características de um testemunho pessoal, já a continuação da mesma manchete, “empresária dá a volta por cima depois de conviver com a falta de dinheiro” parece um anúncio de uma instituição financeira, ou de uma gerenciadora de loteria.

No exemplo, o programa de televisão da igreja é mencionado como o grande responsável pelo início da transformação na vida da pessoa: *sem dormir direito, a empresária lembra que, durante as madrugadas, assistia à programação da IURD* (frase (5)). Outras, como (6), (7) e (8) são muito claramente atribuíveis ao discurso publicitário. Assim, a reportagem acaba por se assemelhar a uma peça publicitária sobre a IURD. Além disso, ao analisar as imagens, também é possível verificar a sua capacidade de simular um estilo de vida, criando um mundo que consumidores potenciais, produtores e produtos podem conjuntamente ocupar.

A mescla de informações sobre o depoimento e publicidade pode ser interpretada como um modo de reagir ao dilema que instituições como igrejas enfrentam no mercado moderno. Segundo Fairclough (2008, p. 151), “setores da economia fora da produção de bens de consumo estão, de modo crescente, sendo arrastados para o modelo dos bens de consumo e para a matriz do consumismo, e estão sob pressão para empaco-

tar' suas atividades como bens de consumo e 'vendê-las' aos 'consumidores'".

A comodificação, de acordo com o autor supracitado, não é um processo particularmente novo, mas recentemente ganhou força e intensidade como um aspecto da "cultura empresarial". Observa-se que essa cultura vem se concretizando cada vez com maior força no campo religioso, à medida que os fiéis passam a ser vistos como clientes. Isso tem feito com que as instituições religiosas se tornem cada vez mais atrativas, e seus serviços precisam agradar cada vez mais os consumidores, acirrando a concorrência no mercado religioso cada vez mais. No intuito de atrair uma determinada "clientela", as instituições tendem a mostrar que a religião pode ser algo lucrativo, bastando que os fiéis frequentem regularmente a igreja, que se "vende" através do discurso marketizado como uma instituição diferenciada, e contribua financeiramente.

Assim, as pessoas são atraídas para os templos, "catedrais da fé" como são chamadas, (verdadeiros *shopping centers* da fé) com a promessa de algum ganho, seja ele de caráter físico, emocional ou financeiro. Com isso até mesmo a "fé" tem se transformado em um bem de consumo, um objeto de leilão: leva quem dá o maior lance. Ou um tipo de "título de capitalização celestial": sua oferta rende juros e correção monetária e se tiver sorte alguns prêmios extras, do tipo: carros importados, apartamentos na praia, sítios e fazendas, e uma empresa, é claro.

Ainda segundo Fairclough (2008, p. 151), "textos do tipo informação e publicidade ou falar e vender são comuns em várias ordens de discurso institucionais na sociedade contemporânea. Eles testemunham um movimento colonizador da publicidade do domínio do mercado de bens de consumo, num sentido estrito, para uma variedade de outros domínios".

No testemunho religioso midiático a fala do testemunhante, inserida num contexto jornalístico, tem como principal objetivo "vender" o produto IURD. Para incrementar um trabalho provocativo e sensacionalista, recursos estratégicos com fórmulas gráficas são utilizados pelos editores do jornal *Folha Universal* para provocar reações emocionais e assim atrair a atenção do leitor, seguindo princípios básicos de toda propaganda: persuadir.

O sucesso editorial depende de uma boa composição da página. Por isso, a seção *Superação* é formada de um texto escrito mais uma ou

até duas fotografias que chegam a ocupar mais da metade de todo o seu espaço.

A reportagem da edição publicada pela *Folha Universal* em 15 de junho de 2008 na página 2i de seu caderno Folha IURD é um exemplo. A primeira foto traz como legenda: **“CONQUISTA: Depois de tomar conhecimento do poder de Deus, Alcimínio usou a fé, deixou a vida de derrotas e conquistou muitas vitórias”**.

Apresenta, no primeiro plano, um senhor de meia idade, em pé, provavelmente em frente a sua casa. Seu corpo está ereto e ele olha diretamente para a lente da câmera que o fotografa. Em segundo plano, vemos uma grande piscina, uma casa bem construída, um sobrado com jardim. Temos aí elementos que compõem o espaço em que o testemunhante se insere. A segunda fotografia, que ocupa um espaço bem menor, mostra o pátio de uma empresa de siderurgia, com a seguinte legenda: **“NEGÓCIOS: Empresário investe no ramo de siderurgia em cinco estados”**. As imagens em questão, em harmonia com o título da reportagem e a legenda das fotos, deixam pressuposto que o empresário citado na reportagem adquiriu aqueles bens (mansão, empresa) como resultado de sua participação na campanha da Fogueira Santa.

Para alguns analistas, o discurso neoliberal da IURD está fazendo com que os fiéis se tornem “homens econômicos”. Não só com relação ao sagrado, mas também em suas vidas profanas. No âmbito do sagrado, eles negociam com a Divindade, e do profano, eles são “vigorosos consumidores” (CAMPOS, 1997). Os fiéis, considerados como consumidores, optam pelos produtos da “cesta” e enchem seus carrinhos de compra.

Campos (1999, p. 358) afirma:

Nos templos da IURD, os consumidores religiosos escolhem aqueles produtos que mais se relacionam com suas necessidades e arquitetaram em sua própria cabeça o produto desejado, conforme as suas aspirações. Isto é, a Igreja Universal oferece um *Kit* contendo os ingredientes de um produto retrabalhado no imaginário do “consumidor”. O preço a ser pago para a satisfação dos desejos na IURD é monetarizado. Daí a importância em sua pregação de temas como “sacrifício do dinheiro”, “ofertas de amor”, pois “dar o dízimo é candidatar-se a receber bênçãos sem medida”, repete o fundador.

Podemos também enxergar no discurso midiático, além dos bens simbólicos que toda religião acaba por oferecer, a oferta de bens materiais de consumo em ampla escala. Neste caso, o discurso religioso assume visivelmente os ares do discurso mercadológico, ambos se caracterizando na forma de discursos de poder, já que eles não ocorrem fora dos meios

de comunicação, e, para isso, o discurso religioso começa a incorporar outros domínios discursivos que são peculiares aos anseios dos espectadores. Prega-se o que os consumidores-alvo anseiam. Promete-se o que os clientes potenciais precisam.

Analisando a proposta de marketing da Igreja Universal, Campos (1997, p. 224) observou que: “Cada produto iurdiano, embora faça parte de uma ‘família de produtos’, é uma espécie de iceberg que aponta para uma visão de mundo, consubstanciada num grupo de ideias centradas ao redor da expressão ‘Cristo salva, cura, faz prosperar os que o aceitam na Igreja Universal do Reino de Deus’”.

Dentre os serviços, uma espécie de “cesta básica da fé”, estão aqueles que envolvem as emoções (terapia do amor), intelectuais e financeiros. A maioria deles requer a participação constante nos cultos e uma contrapartida: o sacrifício – ou seja, dinheiro. Se os fiéis estão com problemas financeiros, são convencidos a “agir a fé”, ou seja, doar mais do que podem, e até mesmo o que não tem, para que a vida sofra uma reviravolta. É o caso da campanha “Fogueira Santa de Israel”.

3. Semântica global: teoria e prática

Apresentamos, neste tópico, os pressupostos desenvolvidos por Maingueneau (2007) em ‘Gênese dos discursos’ sobre a ‘semântica global’, especificamente, sobre o primado do interdiscurso e a polêmica como interincompreensão, para assim demonstrarmos outra possibilidade de análise discursiva convergente com o modelo Tridimensional de Fairclough (2008). As análises propostas nesta seção trazem discursos de docentes em formação na área de Letras e a temática restrita abordada é o ensino de língua portuguesa na Educação Básica.

3.1. A proposta de análise de Fairclough e os elos com a Semântica Global

O sistema de regras de boa formação semântica do discurso diz respeito às restrições de semânticas globais que serão detalhadas mais adiante nesse trabalho. Esses traços semânticos que restringem, ao mesmo tempo, todos os planos discursivos: vocabulário, temas tratados, intertextualidade, instâncias de enunciação. Esses traços funcionam como marcas nos textos que se filiam a um determinado discurso. Essa visão macro e

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

microlinguística dos discursos tem também aporte teórico no modelo de análise de Norman Fairclough (2008), que será tomado aqui como uma adição às análises de Maingueneau (2007), para abarcar o estudo do interdiscurso.

Para Fairclough (2008), cada caso discursivo tem três dimensões ou facetas, que estão interligadas, mas analiticamente separáveis: É uma língua falada ou escrita texto; É um exemplo de discurso práticas envolvendo a produção e interpretação de texto; E é uma peça de prática social.

Dessa proposta depreende-se que há três níveis método da análise do discurso: o método da análise do discurso inclui descrição linguística da língua texto, a interpretação da relação entre o (produtivo e interpretativos) processos discursivos e de texto, e explicação da relação entre os processos discursivos e os processos sociais. (FAIRCLOUGH, 2008, p. 97)

Quando usa o termo discurso o autor considera o uso da linguagem como forma de prática social e não como pura atividade individual, o discurso não é só um modo de ação sobre o mundo, mas também um modo de representação:

I – O ensino de língua materna deve ser ministrado sob a ótica da uma *prática educativa*³, respeitando as *variações linguísticas*, haja vista que o homem é *produto social* (...) É papel da escola propiciar ao estudante de língua materna uma orientação acerca das oportunidades que um falante da norma culta terá, principalmente numa *sociedade estratificada*.

II – É fundamental que os alunos tenham certo domínio de sua própria linguagem, para que não ocorra discriminação sociolinguística. É importante que os professores se conscientizem, a procurar melhoria no ensino para *mudança social*.

Podemos observar nesse discurso de um acadêmico de Letras, quando a temática tratava do ensino de língua materna. As vozes aqui representadas estão centradas na proposta variacionista de ensino, que representa um conjunto de teorias que circulam na Academia. Vocábulos como “sociedade estratificada, produto social, mudança social, prática educativa, variação linguística” remetem a um contexto abarcado pelo conjunto político de propostas democratizadoras inerentes a modelo seguido pela ideologia renovadora sobre o ensino de LM, o que não deixa de ser um modo de representação e prática social revelada no discurso.

³ Os grifos nossos objetivam o direcionamento para as análises centradas no vocábulo, no tema e na intertextualidade – categorias relevantes para análise discursiva pautada pela *Semântica Global* de Maingueneau (2007).

Isso posto, implica relação entre estrutura social e discurso, uma como causa ou efeito da outra. Para dar conta desse entendimento o autor também entende interdiscurso como precedente ao discurso. “As categorias intertextualidade e interdiscursividade são bastante exploradas pela ACD, pois ela analisa as relações de um texto ou um discurso, considerando outros que lhe são recorrentes.” (PEDROSA, 2008, p. 139)

O modelo tridimensional de Fairclough (2008) compreende a análise textual, a análise discursiva e a prática social. Dentro dessas categorias, outras subcategorias convergem com a proposta da semântica global de Maingueneau.

Conforme Ramalho e Resende (2006), a análise textual é a primeira dimensão de análise no modelo tridimensional e caracteriza-se pela descrição linguística. Dentre as subcategorias tem-se gramática, coesão, estrutura textual e vocabulário. Abrimos um parêntese, para demonstrar este último como a ponte real entre o modelo de Fairclough e as restrições globais de Maingueneau.

Para Fairclough (2008, p. 288), ênfase da análise está nas “palavras-chave que têm significado cultural geral ou mais local; nas palavras cujos significados são variáveis e mutáveis; e no significado potencial de uma palavra – uma estruturação particular de seus significados – como um modo de hegemonia e um foco de luta”.

Esses traços operadores do discurso, pela via do vocabulário definem conjunto de categorias lexicais opostas, já que a luta e a hegemonia evidenciada pela materialidade linguística pode ser definida como operadores de individuação que de acordo com Brunelli (2008), para cada discurso, dois conjuntos de categorias semântica dos vocabulários aparecem opostas: o conjunto dos semas reivindicados (os semas positivos) e o conjunto de semas rejeitados (os negativos). Nos discursos dos graduandos em questão, semas do tipo gramática, regras, erro, língua terão cargas positivas ou negativas a partir da posição discursiva do enunciador.

Veja-se:

III – Deve sempre aproveitar o conhecimento que o aluno já possui e não trabalhar somente com a *gramática normativa*, pois essa tem que deixar de ser um fim e passar a ser um meio.

IV – Os professores deveriam se desprender mais da *gramática* e trabalhar temas variados, ligados a linguagem.

V – O ensino de Língua Materna deve não ser somente algo mecânico como anda sendo (...) as aulas estão sendo baseadas em *regras* que são expos-

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

tas na *gramática normativa*. O que realmente deve ser levado em conta é a língua como algo funcional, ou seja, ela serve para ser utilizada de várias formas e o professor como um ser consciente, deveria passar a ensinar a língua de uma forma não somente tradicional.

VI – O ensino de LP deve ser de forma clara, com muita explicação e de fácil entendimento, pois exige *muitas regras*, e não é tão fácil entender a língua portuguesa.

VII – É bem verdade que o ensino de LP está defasado, as crianças chegam aos onze anos falando um português abaixo da média, segundo as *normas gramaticais*, devido ao convívio com os pais. Não basta o professor passar 1h20min, quando o aluno chega em casa e ouve gírias, *palavras incorretas*.

Pelas explorações semânticas das unidades lexicais e pelo espaço discursivo que esses exemplos se encontram, tomemos os exemplos para motivo de exploração contraditória implícita. Pela posição enunciativa, o discurso V é característico pela posição de um sujeito opositor às ideias propostas pela prescrição do ensino tradicional, um sujeito crítico. Enquanto a posição enunciativa no discurso VII traz a prescrição como premissa para o ensino demonstrando aí o que chamamos de semas positivos e negativos na análise discursiva pautada pela semântica global. Em V, o vocábulo *regras* é um sema negativo, enquanto em VI, ele não aparece com tanta negatividade semântica. O que chamamos aqui de negatividade é uma rejeição e positivo como uma aceitação, uma vez que cada discurso repousa, de fato, sobre um conjunto de semas repartidos em dois registros: de um lado, os semas positivos, “reivindicados”; de outro, os semas negativos, “rejeitados”. A cada posição discursiva se associa um dispositivo que a faz interpretar os enunciados de seu *Outro*⁴ traduzindo-as nas categorias do registro negativo de seu próprio sistema. (MAIN-GUENEAU, 2007, p. 103)

Dentro desse diálogo com o outro, temos o que chamamos de interdiscurso, que se inscreve na perspectiva da heterogeneidade enunciativa pela negação, aceitação, citação, referenciação vocabular, como veremos a seguir.

3.2. Interdiscurso: pressuposto para análise discursiva sob a ótica da Semântica Global

⁴ Não estamos tratando de uma proposta lacaniana, mas sim pautada na linha discursiva de Domini-que Maingueneau (2007).

A análise da prática discursiva, segundo Ramalho e Resende (2006) do modelo tridimensional contempla a interdiscursividade, as cadeias textuais, a coerência, as condições prática discursivas, a intertextualidade manifesta. Dessa categoria fica evidente a ponte que se faz com o interdiscurso. Implicado nessa teoria sob a ótica da intertextualidade manifesta ou constitutiva, mas evidenciando a primazia dessas relações sobre o discurso. “A intertextualidade implica uma ênfase sobre a heterogeneidade dos textos e um modo de análise que ressalta os elementos e as linhas diversos e frequentemente contraditórios.” (FAIRCLOUGH, 2008, p. 137). Dessa forma, toma-se nesse trabalho o interdiscurso como objeto de análise.

O conceito de interdiscurso no presente trabalho terá a orientação teórica de Maingueneau (2008, p. 33) “Nossa hipótese do primado do interdiscurso inscreve-se na perspectiva de uma heterogeneidade constitutiva, que amarra em uma relação inextricável, o Mesmo do discurso e seu Outro.” A proposta de Maingueneau coloca o discurso como uma interação entre discursos, o que implica um tipo de análise em que a identidade discursiva é definida pela interdiscursividade, isto é da relação do seu discurso com o discurso do seu Outro. O autor diz que é necessário refinar o conceito que aparece tão amplo. Para tanto, o a generalização do interdiscurso será substituída pela tríade: universo discursivo, campo discursivo e espaço discursivo.

Por “universo discursivo”, o autor entende o conjunto de todos os tipos de formações discursivas interagem numa condição de produção, também representa necessariamente um conjunto finito, mesmo que não possa ser apreendido em sua globalidade. Trata-se do horizonte mais amplo tratado no discurso, do qual serão construídos os domínios mais estruturados para a pesquisa do analista do discurso: os campos discursivos. Para Brunelli (2008), trata-se do conjunto de discursos que se delimitam numa região determinada pelo universo discursivo, mantendo diversos tipos de relações como o confronto aberto, aliança, aparente neutralidade. Ou seja, embora sejam discursos com a mesma função social, divergem sobre o modo pelo qual essa função deve ser preenchida. Daí o encaixe, a coerência na análise dos discursos dos discentes de letras, sobre o ensino de língua portuguesa, como observamos nos discursos *III e VII*, que interagem pela linha do ensino, que embora divergentes, estão determinadas pela região ensino de língua portuguesa (universo), apresentando agora os campos discursivos.

Para Maingueneau (2007, p. 35), campo discursivo é “um conjunto de formações discursivas que se encontram em concorrência, delimitam-se reciprocamente em uma região determinada do universo discursivo”, divergindo, como já fora dito, na forma como a função social do discurso será preenchida. Esse recorte em campos é apenas uma abstração necessária, que deve permitir abrir múltiplas redes de trocas. Para o autor, é no interior do campo discursivo que se constitui um discurso, e sua hipótese é que tal constituição pode deixar-se descrever em termos de operações regulares sobre formações discursivas já existentes. Não significa que os discursos se constituam todos da mesma forma.

Tomando como base essas noções, podemos dizer que no interior do “universo discursivo” temos um “campo discursivo”, em que várias formações discursivas se encontram em concorrência, delimitando-se reciprocamente. Dentro do campo podem ser isolados os espaços discursivos, isto é, subconjuntos que ligam ao menos duas formações discursivas que mantêm relações privilegiadas, relações essas que o analista julga pertinente para o seu propósito. (LARA, 2004, p. 118)

Nesse contexto, tomando a noção de interdiscurso, enquanto espaço de trocas entre vários discursos, evidencia-se que as falas dos alunos de Letras sobre o ensino de LM é atravessada por várias formações discursivas, mostrando que a heterogeneidade é princípio de sua constituição.

3.3. Heterogeneidade, Interdiscursividade, Intertextualidade: da teoria à prática

Maingueneau (2007), na *Gênese dos Discursos*, faz uma distinção entre intertexto e intertextualidade. Para o autor, o intertexto é um complexo de fragmentos citados em um mesmo corpus enquanto a intertextualidade é conceituada como um sistema de regras que define o intertexto. A intertextualidade torna-se plano de análise uma vez que “todo campo discursivo define certa maneira de citar os discursos anteriores do mesmo campo” (*op. cit.* p.81). Assim, o intertexto ancora-se no eixo da memória discursiva, aceitando alguns discursos e recusando outros, seja pela intertextualidade interna (memória discursiva acerca do ensino de LM) e intertextualidade externa (textos de outros campos discursivos que se ligam ao discurso do acadêmico de Letras acerca do ensino de LM). Essas regras acabam definindo que a intertextualidade do discurso tradicional sobre o ensino de LM não é mesma que a intertextualidade do discurso i-

novador da Linguística, como nos discursos que seguem, marcados pela inovação:

VIII – Que o ensino de LP possa ser efetivado a partir do texto, priorizando a visão da língua como um mecanismo vivo e de extrema interatividade. Claro que o padrão normativo deve ser levado em consideração, no entanto, não como verdade absoluta.

IX – A LP deve ser ensinada através de textos, desmontando e montando textos e a gramática deve ser ensinada como complementar. Formar leitores e produtores de texto é a única alternativa e ainda ensinar com os gêneros textuais.

A intertextualidade aqui marcada pela proposta dos Gêneros Textuais, da interação verbal é externa, pois traz um elo entre teorias que aqui se apresentam em diferentes discursos e posições enunciativas.

É nesse contexto que a *Polêmica como interincompreensão* nos é pertinente para a breve exposição neste minicurso. Maingueneau (2007) diz que

Cada formação discursiva tem uma maneira própria de interpretar o seu outro. Uma tal ideia contrária, aliás, as representações espontâneas, para as quais o ‘antagonismo’ entre os dois discursos é uma noção estável que não é necessário especificar mais. (MAINGUENEAU, 2007, p. 108)

Dessa forma, o discurso da inovação não pode ser dissociado do discurso da tradição uma vez que um determina o outro, como podemos perceber nos exemplos IV e VII:

IV – Os professores deveriam se desprender mais da *gramática* e trabalhar temas variados, ligados à linguagem.

VII – É bem verdade que o ensino de LP está defasado, as crianças chegam aos onze anos falando um português abaixo da média, segundo as *normas gramaticais*, devido ao convívio com os pais. Não basta o professor passar 1h20min, quando o aluno chega em casa e ouve gírias, *palavras incorretas*

De acordo com o francês, a *Interincompreensão* regrada é constitutiva da prática interdiscursiva dos discursos que partilham do mesmo espaço discursivo. Nesse sentido, interessa-nos saber quais os mecanismos linguísticos que entram em cena quando dois discursos que estão em um mesmo espaço discursivo instauram uma polêmica entre si. Os textos dos alunos de Letras versando sobre o ensino de LM como *corpus* é justificado pelo fato deles apresentarem duas opiniões diferentes sobre um mesmo assunto – o ensino de português e mudança de postura diante do fenômeno língua.

Assim, noção de semântica global estrutura-se sobre esse postulado da existência de uma zona de regularidade semântica a partir da qual

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

todos os planos da discursividade, como o léxico, os processos gramaticais, até o modo de enunciação e de organização da comunidade que enuncia o discurso, estão submetidos ao mesmo sistema de restrições globais. Esse sistema de restrições é concebido como um delineador de critérios que, em uma formação discursiva determinada, distinguem o que é possível ou não de ser enunciado do interior daquela formação.

4. *Palavras finais*

Resende e Ramalho (2006, p. 146) destacam que mesmo diante do fato de a ACD ser uma disciplina relativamente nova no meio acadêmico “já conta com uma história de desdobramentos à qual subjaz a intenção de superar possíveis limitações linguísticas que permeiam trabalhos com textos”. E reforçam a importância do modelo tridimensional que trabalhamos neste minicurso.

O próprio Rajagopalan (2003) chama a atenção para a necessidade de que pesquisadores na área de linguística assumam suas ‘responsabilidades perante a sociedade’. Isto se coaduna com o posicionamento de analistas críticos do discurso. Utilizando as palavras de Garcia (2003, p. 203): “Fairclough deixa bem clara a sua visão de que a análise do discurso crítica não se limitará apenas a descrever as práticas discursivas, mas também propiciará a mudança discursiva e, portanto, a mudança social. Essa postura é politicamente ativa e ideologicamente renovadora”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BROWN, J. A.C. *Técnicas de persuasão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
- BRUNELLI, Anna Flora. Notas sobre a abordagem interdiscursiva de Maingueneau. In: POSSENTI, Sírio. BARONAS, Roberto Leiser. *Contribuições de Dominique Maingueneau para a análise do discurso do Brasil*. São Carlos: Pedro & João, 2008.
- CAMPOS, L.S. *Teatro, templo e mercado: Organização e Marketing de um Empreendimento Neopentecostal*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- _____. *A Igreja Universal do Reino de Deus, um empreendimento religioso atual e seus modos de expansão* (Brasil, África e Europa). Lusotopie, 1999. Disponível em: <www.lusotopie.sciencespobordeaux.fr/campos99.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2008.

CARVALHO, N. *Publicidade: a linguagem da sedução*. São Paulo: Ática, 2002.

DELL'ISOLA, Regina Lúcia Péret. *A metáfora e seu contexto social*. In: PAIVA, Vera Lúcia Oliveira e. *Metáforas do Cotidiano*. Belo Horizonte: Do Autor, 1998, p. 39-51.

_____. *Critical Discourse Analysis: the critical study of language*. New York: Longman, 1995a.

FAIRCLOUGH, Norman. *Language and Power*. New York: Longman, 1995b.

_____. Discurso, mudança e hegemonia. In: PEDRO, Emília Ribeiro (Org.). *Análise crítica do discurso*. Lisboa: Caminho, 1998, p. 77-103.

_____. El análisis crítico del discurso como método para la investigación en ciencias sociales. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michel (eds.). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003, p. 179-203.

_____. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2008.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. 12. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

GARCIA, Janete Melasso. Análise do discurso crítica: uma perspectiva de trabalho. IN: VIEIRA, Josênia Antunes; SILVA, Denize Elena Garcia da Silva (Orgs.). *Práticas de análise do discurso*. Brasília: Plano Editora: oficina editorial do Instituto de Letras, UnB, 2003, p. 191-216.

HANKS, William F. *Língua como prática social: das relações entre língua, cultura e sociedade a partir de Bourdieu e Bakhtin*. São Paulo: Cortez, 2008.

LARA, Gláucia Muniz. *O que dizem da língua os que ensinam a língua*. Uma análise semiótica do discurso do professor de português. Campo Grande: UFMS, 2004.

MAGALHÃES, Célia. *Reflexões sobre a análise crítica do discurso*. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG, 2001.

MAINGUENAEU, Dominique. *Gênese dos discursos*. Trad. Sírio Posenti. Curitiba: Criar, 2007.

MEYER, Michael. Entre la teoría, el método y la política: La ubicación de los enfoques relacionados com el ACD. In: WODAK, Ruth. & ME-

LIVRO DOS MINICURSOS E OFICINAS

YER, Michael (Orgs.). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003, p. 35-59.

PEDRO, Emília R. Análise crítica do discurso: aspectos teóricos, metodológicos e analíticos. In: PEDRO, Emília R. (Org.). *Análise crítica do discurso*. Lisboa: Caminho, 1998, p. 19-46.

PEDROSA, Cleide Emília Faye. Análise crítica do discurso: introdução teórica e perspectivas de análise. In: BEZERRA, Antonio Ponciano; _____. (Orgs.). *Língua, cultura e ensino: multidisciplinaridade em Letras*. Aracaju: EDUFS, 2008a, p. 83-128.

_____. *Análise crítica do discurso: do linguístico ao social no gênero midiático*. Aracaju: EDUFS, 2008b.

_____. *Gênero textual 'frase': marcas do editor nos processos de retextualização (re)contextualização*. Tese de Doutorado. Recife: UFPE, 2005a.

_____. Análise crítica do discurso: uma proposta para a análise crítica da linguagem. In: CONGRESSO NACIONAL DE LINGÜÍSTICA E FILOLOGIA, 9. Tomo 2: *Filologia, linguística e ensino*. Rio de Janeiro: CiFEFil, 2005b, p. 43-70.

RAJAGOPALAN, Kanavillil. *Por uma linguística crítica*. São Paulo: Parábola, 2003.

RESENDE, Viviane de Melo. *Análise de Discurso Crítica e Realismo Crítico: Implicações interdisciplinares*. São Paulo: Pontes, 2009.

RESENDE, Viviane de Melo. RAMALHO, Viviane. *Análise de discurso crítica*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. Análise de discurso crítica, do modelo tridimensional à articulação entre práticas: implicações teórico-metodológicas. *Revista linguagem em (dis)curso*, vol 5. N 1, 2004. Disponível em: <<http://www3.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/0501/00.htm>>

WODAK, Ruth. De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. In: WODAK, Ruth; MEYER, Michael (Orgs.). *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa, 2003, p. 17-34.