

O DISCURSO MIDIÁTICO E OS PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO NUMA PERSPECTIVA SEMIOLINGÜÍSTICA

Media speech and principles of communication in a semiolinguistic perspective

André de Moura CARVALHO (UFPI, Teresina, Brasil)

Viviane Garcêz de OLIVEIRA (UFPI, Teresina, Brasil/CAPES/FAPEPI)

João Benvindo de MOURA (UFPI, Teresina, Brasil)

RESUMO: *Este trabalho tem o objetivo de desvelar, à luz da Teoria Semiolinguística de Patrick Charaudeau (2001, 2016) como se estabelece o contrato comunicacional midiático, com ênfase nos princípios em uma coluna de opinião escrita pelo jornalista Marcos Coimbra e publicada em 28 de março de 2018 na revista Carta Capital. A adoção do corte epistemológico deve-se ao fato de o sujeito enunciador apresentar conceitos que colaboram para uma compreensão das condições de produção que direcionam a realização do ato de linguagem, abarcando, nesse processo, os envolvidos na situação comunicativa. Para as análises, foi feita uma aplicação dos postulados teóricos propostos por esse autor, adequando-os ao objeto de estudo em foco. Com os resultados, verificamos que os discursos veiculados pelo Eue (Eu enunciador), isto é, o colunista, permitem o acesso aos princípios que possibilitam as condições de comunicação.*

PALAVRAS-CHAVE: Teoria semiolinguística; Princípios de comunicação; Revista carta capital

ABSTRACT: *Based on Patrick Charaudeau's Semiolinguistic Theory (2001, 2016), this paper aims to unveil how the media communication contract is established, with emphasis on the principles in an opinion column written by the journalist Marcos Coimbra, published on March 28, 2018 in Carta Capital magazine. The adoption of the epistemological perspective is due to the fact that the enunciating subject presents concepts that contribute to an understanding of the conditions of production that direct the realization of the act of language, embracing, in this process, those involved in the communicative situation. For the analyzes, it was made an application of the theoretical postulates proposed by the author, adapting them to the study's object in focus. Taking account the results, we verified that the discourses conveyed by the subject (the speaker), which in this case it's the columnist himself, allows the access to the principles that enable the conditions of communication.*

KEYWORDS: Semiolinguistic theory; Principles of communication; Carta capital magazine.

Introdução

A Análise do Discurso (AD) de linha francesa tem como objeto de estudo a interpretação dos discursos na sua relação com o contexto social em que são produzidos e com a ideologia que dele emana. Essa abordagem teve origem a partir dos trabalhos de Michel Pêcheux (1938-1983) na década de 1960. Esse autor desenvolveu concepções que contribuiriam sobremaneira para a consolidação da AD nos estudos da linguagem.

Ao longo do tempo, no entanto, outros teóricos também ganharam destaque ao fornecerem a essa disciplina um leque cada vez mais extenso de possibilidades de análise dos mais diversos *corpora* dentro do universo discursivo. Um desses teóricos é Patrick Charaudeau (1939-), linguista francês que, dentre suas diversas contribuições, criou a Teoria Semiolinguística (doravante TS), que visa analisar o processo de construção dos sentidos no ato de linguagem.

Dentro da TS, podemos encontrar seus quatro principais postulados, a saber: o ato de encenação da linguagem, o quadro comunicacional, os modos de organização do discurso e o contrato de comunicação. Devido à delimitação teórica de nossa pesquisa, dedicamos enfoque especial ao último postulado.

De acordo com Moura (2012; 2015; 2017), ao participarmos de qualquer enunciação, o fazemos a partir de normas estabelecidas socialmente. Tal noção é denominada contrato de comunicação. Para que esse contrato seja instaurado entre os parceiros que participam da situação de troca linguageira, é necessária a atuação de quatro princípios: da interação, da influência, da pertinência e da regulação.

Partindo desses pressupostos, este trabalho tem o objetivo de identificar como se estabelece o contrato comunicacional midiático em colunas de opinião da revista *Carta Capital*, com ênfase nos quatro princípios que possibilitam as condições de comunicação citados acima. Para tanto, lançaremos mão de conceitos advindos de Charaudeau (2001, 2010, 2016) e Moura (2012).

A escolha do corpus no campo midiático se deu por conta do forte poder de influência que as mídias têm sobre a sociedade, chegando a constituir-se como um importante Aparelho Ideológico do Estado (AIE), numa alusão à teoria de Althusser (1970)¹. Dentro dessa concepção, a revista *Carta Capital* apresenta um contraponto, enveredando pela pluralidade de opiniões e pela postura de não apagamento ou de não silenciamento com relação às várias posturas ideológicas existentes (muito embora tenhamos consciência de que é impossível a neutralidade absoluta de qualquer veículo de informação), o que nos despertou interesse em analisá-la. A adoção da abordagem semiolinguística justifica-se pelo fato dessa teoria apresentar conceitos que colaboram para uma compreensão das condições de produção que direcionam para o ato de linguagem, abarcando, nesse processo, os envolvidos na situação comunicativa.

¹ Louis Althusser (1970, p. 43) designa os Aparelhos Ideológicos de Estado (AIE) como instituições que funcionam como propagadores de ideologias. Dentre os vários existentes, Althusser destaca seis deles: religioso, escolar, familiar, jurídico, político e midiático.

Para a análise dos princípios que possibilitam a comunicação, selecionamos o texto intitulado: “Meteram a mão na opinião do povo”, que foi publicado no dia 28 de março de 2018, pelo colunista Marcos Coimbra. A seleção desse texto se deu por ele apresentar de maneira recorrente os quatro princípios supracitados.

2 A Teoria Semiolinguística

A TS foi idealizada pelo linguista francês Patrick Charaudeau a partir da sua tese de doutorado em 1979, publicada posteriormente, em 1983. Essa teoria tem se revelado, dentro da Análise do Discurso, como detentora de uma fonte potencial de recursos que possibilitam a análise de discursos variados, como o político, o midiático, o humorístico, o literário, o publicitário, entre outros. Seu principal fundamento consiste numa relação estreita entre a linguagem e o contexto psicossocial em que ela se realiza. Nesse sentido, a TS assegura que o ato de linguagem é o produto da interação de um emissor e um receptor num determinado contexto. Esses parceiros, por serem pessoas diferentes, podem atribuir interpretações distintas, construindo sentidos não previstos. Vale ressaltar, no entanto, que esses parceiros, ou sujeitos, eram vistos sob perspectivas distintas, dentro do contexto da linguagem, pelos teóricos Pêcheux e Charaudeau, como veremos a seguir.

Antes, porém, de explicitarmos tais perspectivas, vale ressaltar que é a partir dos trabalhos de Benveniste (1995) que é produzida a primeira mudança teórica relevante, passando a evidenciar o sujeito na linguagem. O autor afirma que a subjetividade consiste na capacidade do locutor em se colocar como sujeito, considerando assim o sujeito como ordenador da linguagem. Dessa forma, Benveniste prioriza a enunciação sobre o enunciado.

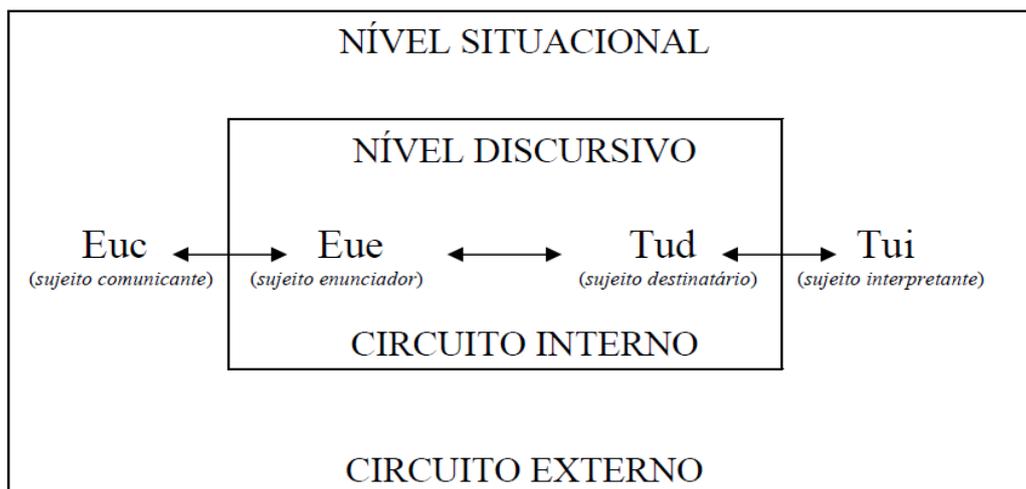
Diante disso, podemos dissociar os pensamentos de Pêcheux e Charaudeau. Enquanto que Pêcheux não considerava o sujeito como ativo no processo de significação dos discursos, Charaudeau provoca uma ruptura com as ideias do filósofo francês e vai ao encontro do pensamento de Benveniste ao considerar que o locutor se propõe como sujeito na língua no processo de significação dos discursos. Partindo desses pressupostos, Charaudeau (2001) propõe um sujeito capaz de formular seu próprio discurso, de acordo com as circunstâncias comunicativas, denominando-o “Psicossocial”. Nessa perspectiva, abordamos o sujeito como psicossocial, aderindo assim à noção de sujeito conforme a concepção de Charaudeau.

A TS tem como principais postulados os estudos sobre sujeitos da linguagem, possíveis interpretativos, modos de organização do discurso, imaginários sociodiscursivos e o contrato de comunicação. É sobre esse último postulado que nos debruçaremos neste trabalho.

2.1 O contrato de comunicação

Segundo Charaudeau (2010), todo discurso é construído de acordo com o interesse social, considerando as condições específicas da troca linguageira a partir das quais ele surge. Nesse sentido, para o autor, devemos levar em conta que essa troca linguageira ocorre conforme um contrato comunicacional, que é estabelecido por um EUC – sujeito comunicante e um EUE – sujeito enunciador, sendo que esses têm que aceitar a margem de liberdade e restrições que lhes são impostas, além do TUI – sujeito interpretante e TUD – sujeito destinatário, sobre os quais o EUC deseja obter êxito em seu discurso, por meio da coincidência de interpretações suscitadas neles. As relações entre esses sujeitos no contrato de comunicação podem ser mais bem explicadas no esquema abaixo:

Imagem 1: Quadro comunicacional proposto por Charaudeau



Fonte: Charaudeau, 2001, p. 29

Nesse sentido, de acordo com Charaudeau (2001) consideramos o ato de linguagem, como sendo o processo de combinação entre o dizer e o fazer. O fazer refere-se ao lugar da instância situacional que se autodefine conforme o espaço ocupado pelos sujeitos responsáveis deste ato. Já o dizer sucede-se por meio da instância discursiva, que se autodefine como encenação, na qual os seres participam enunciando seus discursos. Logo, o ato de linguagem se constitui por meio da relação do fazer (circuito interno) com o dizer (circuito externo).

Conforme o autor, podemos afirmar que toda troca linguageira corresponde a uma dada possibilidade de significação, pois é permeada por intencionalidades distintas e que ela não é autônoma, uma vez que depende dos saberes construídos pelo

enunciador e pelo interpretante. Consequentemente, todo ato de linguagem resulta da ação de seres psicossociais, que se fazem mais ou menos conscientes das suas práticas sociais e das reproduções imaginárias da comunidade a qual pertencem no processo de interação.

Retomando ao quadro explicitado acima, temos a relação contratual estabelecida por: sujeito comunicante, sujeito enunciador, sujeito destinatário e sujeito interpretante. Essa relação depende do ato de linguagem, em que os parceiros predispõem que esse ato seja bem sucedido, fazendo com que eles reconheçam uns aos outros de acordo com seus estatutos. Por isso, esses estatutos devem ser identificados pelos sujeitos envolvidos na troca linguageira, para que as expectativas sejam superadas. De acordo com Charaudeau (2001) os componentes da troca linguageira são:

- comunicacional, concebido como o quadro físico da situação interacional: os parceiros estão presentes? Eles se veem? São únicos ou múltiplos? Que canal- oral ou gráfico- é por eles utilizado? etc.
- psicossocial, concebido em termos dos estatutos que os parceiros são suscetíveis de reconhecer um no outro: idade, sexo, categoria sócio-profissional, posição hierárquica, relação de parentesco, fazer parte de uma instituição de caráter público ou privado, etc.;
- intencional, concebido como um *conhecimento a priori* que cada um dos parceiros possui (ou constrói para si mesmo) sobre o outro, de forma imaginária, fazendo apelo a saberes supostamente partilhados (intertextualidade). O componente intencional se apoia sobre duas questões que constituem os princípios de base de sua realização: O que está sendo colocado em questão, com qual intenção de informação? *De que maneira* isso está sendo veiculado, ou, qual será a intenção estratégica de manipulação? (CHARAUDEAU, 2001, p. 31).

Nessa perspectiva, devemos levar em conta esses três componentes no processo de interpretação, já que no momento em que o *eu comunicante* encena o seu dizer ele implica o *comunicacional*, o *psicossocial* e o *intencional* para a construção de significação no seu discurso.

Conforme o autor é no componente *intencional* que o *eu comunicante* é levado a construir efeitos de discurso considerando o *eu interpretante*, uma vez que o *eu comunicante* faz uma imagem do sujeito interpretante regida de intencionalidades. Nesse sentido, o sujeito interpretante tem a capacidade de estabelecer análises sob os efeitos de discurso do *eu comunicante*, tendo em vista não só o *intencional*, mas também o *comunicacional* e o *psicossocial*. Esse três componentes se complementam no jogo discursivo, por meio dos parceiros determinando a relação contratual.

2.2 Sobre os princípios que possibilitam a comunicação

De acordo com Charaudeau (2016) a relação que existe entre os parceiros numa troca linguageira possibilita um contrato comunicacional. Nesse contrato, é importante destacar os princípios da comunicação, que se encontram divididos em: interação, pertinência, influência e regulação. Para a explicação de cada um deles, seguimos Charaudeau (1995) e Moura (2012).

Para Moura (2012), o *princípio de interação* consiste na troca linguageira entre os parceiros que se deparam com uma relação interativa ou com uma relação dissimétrica. Nessa última, segundo o autor, temos essa denominação por se tratar duma relação na qual os parceiros envolvidos assumem dois tipos de comportamento: um que retrata a produção do enunciado e outro que recebe e interpreta esse enunciado. Essa relação é interativa quando há o reconhecimento recíproco dos papéis que os sujeitos representam na troca linguageira.

Por meio dessa relação interativa e dissimétrica, os sujeitos se reconhecem nos seus discursos a partir de diferenças e semelhanças, para tanto, conforme Charaudeau (1995) apud Moura (2012) os parceiros se reconhecem na troca linguageira quando dividem pelo menos as mesmas intenções, finalidades e estímulos, compartilhando os mesmos objetivos ao construir os sentidos dos seus discursos. Suas diferenças são reconhecidas quando exercem papéis diferentes, e conseqüentemente partilham de intenções diferentes.

Segundo Moura (2012) o *princípio de pertinência* se caracteriza por meio da apropriação do “dito” numa situação comunicativa. Logo, esse princípio considera duas exigências: a primeira é de que o interlocutor faça uma suposição em relação à intenção do locutor, para que o ato de linguagem tenha sua razão de ser. A segunda é de que os parceiros devem reconhecer os conhecimentos de mundo e as regras que estabelecem os comportamentos sociais na troca linguageira. Assim, é relevante o reconhecimento de todos esses elementos, para que haja uma intercompreensão. Além de considerarmos também a pertinência da fala inserida em determinado contexto e a sua finalidade.

Conforme Charaudeau (1995) apud Moura (2012) o *princípio de influência* refere-se à tentativa que o locutor tem de agir sobre o outro, orientando seus pensamentos e suas emoções, utilizando estratégias com o intuito de atingir seu interlocutor. Essas estratégias serão desenvolvidas de acordo com as solicitações que o sujeito falante fizer sobre o seu interlocutor. Sendo que o sujeito falante pode percebê-lo como indiferente à influência estipulada no propósito comunicativo.

Por fim, o princípio de *regulação* para Moura (2012) aborda as condições que são necessárias para garantir o envolvimento dos parceiros tanto nos processos de reconhecimento do contrato de comunicação, quanto nas condições necessárias para a realização da troca linguageira. O que se procura aqui é o equilíbrio entre os parceiros, de modo que os assegure a continuar ou romper com essa troca. Com esse princípio, são

implantadas práticas que possibilitam o reconhecimento entre membros de uma mesma comunidade cultural.

De acordo com Moura (2012), é por meio desses quatro princípios que o contrato de comunicação é estabelecido entre os parceiros, uma vez que suas identidades são definidas e consolidadas na situação de troca linguageira na qual se encontram. O contrato de comunicação também estabelece finalidades que estão unidas ao *princípio* de *influência* e de *pertinência*, além dos papéis linguageiros que lhes são ocupados.

Dentre as diversas tipologias abordadas por Charaudeau, o discurso midiático aparece como um *locus* privilegiado. A seguir, abordaremos as características básicas do discurso midiático.

3 O Discurso Midiático

A mídia tem se mostrado, nos últimos anos, um importante espaço de disseminação de informações e conteúdos variados. Para tanto, ela dispõe de diversos meios de comunicação, como os jornais, as revistas, televisão, rádio, e, sobretudo, a internet, lugar onde está situado o nosso objeto de estudo: as colunas de opinião da revista *Carta Capital*. Diante disso, a mídia apresenta-se com um forte poder de influência na vida dos indivíduos na contemporaneidade. Por conta disso, é crescente o número de trabalhos em AD, relacionados à esfera midiática.

De acordo com Charaudeau (2010), o interesse despertado pelos pesquisadores acerca dos estudos midiáticos apresenta-se de maneira cada vez mais significativa. Dessa forma, a mídia é alvo de estudiosos ligados à Análise do Discurso, sobretudo por conta da sua importância como meio de manifestação de posições e opiniões formuladas na sociedade. Conforme explicita Moura (2012), as pesquisas em AD vêm adquirindo grande relevância ao se debruçarem sobre os estudos e divulgações das formas pelas quais os meios de comunicação constroem suas informações e com quais objetivos essas informações são veiculadas. Sobre o conceito de informação, Charaudeau (2010) afirma que:

A informação é, numa definição empírica mínima, a transmissão de um saber, com a ajuda de uma determinada linguagem, por alguém que o possui a alguém que se presume não possuí-lo. Assim se produziria um ato de transmissão que faria com que o indivíduo passasse de um estado de ignorância a um estado de saber, que o tiraria do desconhecido para mergulhá-lo no conhecido. (CHARAUDEAU, 2010, p. 33).

Partindo dos pressupostos expostos até aqui, e ressaltando que o objeto de estudo utilizado nesse trabalho está inserido no campo midiático, mais especificamente na internet, tentaremos em seguida expor de que maneira os princípios da comunicação

estão sistematizados nos discursos do colunista Marcos Coimbra, dentro das colunas de opinião da revista *Carta Capital*. Antes disso, no entanto, faremos uma apresentação dessa revista que possui circulação nacional, apontando algumas características peculiares.

4 As condições de produção ou circunstâncias de discurso na revista *Carta Capital*

A *Carta Capital* é uma revista publicada semanalmente no Brasil pela editora Confiança. Foi fundada em agosto de 1994 pelo jornalista Mino Carta, também criador das semanais *Veja* e *Isto É*. Inicialmente, a versão impressa da revista tinha uma publicação mensal, passando, em 1996, para quinzenal e alcançando, a partir de 2001, publicação semanal. Atualmente possui uma tiragem semanal de 65 mil exemplares², sendo superada apenas pelas revistas *Veja* (com tiragem semanal superior a um milhão de exemplares³), *Isto É* (superior a 440 mil exemplares²) e *Época* (420 mil exemplares, em média, por edição²).

Em Outubro de 2011, a *Carta Capital* passou a disponibilizar uma versão digital de suas edições. Além disso, a revista conta com um site, cujos conteúdos, no entanto, diferem daqueles que são veiculados na versão impressa. O conteúdo da versão folheada, que vai às bancas todas as sextas-feiras, não é disponibilizado imediatamente no site, mas no decorrer da semana. Ademais, muitas matérias publicadas no site não são contempladas na revista, como textos produzidos por alguns colunistas, artigos escritos pela própria equipe, entre outras diferenças.

O site da revista *Carta Capital* conta com matérias distribuídas em editoriais de política, economia, sociedade, internacional, cultura, saúde e tecnologia, além de blogs e colunas. Dessa forma chegamos ao nosso objeto de estudo: as colunas de opinião.

A revista *Carta Capital* possui como uma de suas características principais a pluralidade de pensamento, isto é, permite que sejam veiculadas as mais diversas formas de opinião e posicionamentos, por parte dos colunistas, sobre diversos assuntos: sociais, políticos, religiosos, econômicos, relacionados à saúde, esportes e etc.

Na seção de opinião, a revista conta com 48 colunistas, dentre os quais está o Marcos Coimbra, autor do texto que utilizamos como *corpus* deste trabalho. Intitulado “Meteram a mão na opinião do povo”, esse texto foi publicado no dia 28 de março de 2018. Antes, porém, de analisarmos os princípios da comunicação nesse texto, tentaremos explicitar a conjuntura social na qual o texto está inserido.

No período da postagem do texto de Marcos Coimbra, ocorria no Brasil a Operação Lava Jato, realizada pela Polícia Federal, que investigava um sistema

² Disponível em:

<<https://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital/MIDIAKITCARTACAPITAL2015.pdf>> Acesso em 8 de maio de 2018.

³ Disponível em: <<http://www.revistas.com.br/revistas-de-noticias.html>> Acesso em: 10 de maio de 2018.

bilionário de corrupção e lavagem de dinheiro. Um dos investigados era o ex-presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva, do PT (Partido dos Trabalhadores), que foi acusado e condenado em primeira instância pelo juiz Sérgio Moro, em julho de 2017. Em janeiro de 2018, no julgamento em segunda instância, os desembargadores do TRF-4 (Tribunal Regional Federal da 4ª Região) mantiveram a condenação de Lula.

Conforme a Constituição Brasileira, após condenação em segunda instância, o réu já pode ser preso, mesmo sem ter sido julgado na terceira e última instância. Diante disso, levantou-se no STF (Supremo Tribunal Federal) a pauta de alteração dessa execução penal. No entanto, a presidente do STF, ministra Carmen Lúcia, rejeitou tal possibilidade, pois, segundo a ministra, fazer tal revisão para beneficiar o ex-presidente seria “apequenar muito o supremo”⁴. Essa rejeição suscitou a elaboração do texto “Meteram a mão na opinião pública”, sobre o qual tentaremos, a partir do item a seguir, fazer uma análise dos princípios que possibilitam a comunicação.

5 Os princípios na revista *Carta Capital*

De acordo com Moura (2012), os sujeitos responsáveis pela produção e realização do discurso devem estar sintonizados com os pensamentos dos destinatários e interpretantes. Essa relação será importante para que aconteça a produção dos efeitos de sentido desejados. Geralmente, tal sintonia está associada ao poder de persuasão do EUC sobre o TUD e TUI.

Tendo em vista os conceitos supracitados acerca dos princípios que possibilitam a comunicação, observamos que tais princípios atuam conjuntamente, contribuindo para o sucesso da troca linguageira. Considerando esses aspectos, vamos analisar a coluna publicada na revista *Carta Capital*, por Marcos Coimbra, que aborda como a opinião pública é usurpada pela elite, evidenciando que a maioria das pessoas é contra a caçada de Lula e, conseqüentemente, contra todos que se opõem ao ex-presidente, inclusive a ministra Cármen Lúcia. Nesse sentido, para o colunista, a decisão da ministra em rejeitar a revisão da prisão, após condenação em segunda instância, não se baseia no desejo do povo, que é contra a prisão, embora ela alegue que ouve a voz que soa das ruas. Nessa perspectiva, Coimbra afirma que não é verdade, pois o povo deseja o contrário, isto é, a revisão do texto e, conseqüentemente, que Lula não seja preso, o que vai de encontro a alegação de Cármen. Dessa forma, o autor argumenta que, embora os representantes conheçam o pensamento da sociedade, eles o ignoram, substituindo-o por algo que desejariam que o fosse.

Portanto, o autor expõe um assunto que está sendo disseminado atualmente na sociedade, com o intuito de demonstrar a real opinião pública, propiciando um diálogo

⁴ Disponível em: <<https://cidadeverde.com/noticias/264961/carmen-recusa-revisao-de-prisao-em-2-instancia>> Acesso em: 15 de maio de 2018.

que nos faz inferir que Marcos Coimbra está, não apenas querendo demonstrar a opinião do povo, mas representando a sua própria opinião por meio dos seus argumentos. Diante dessas reflexões, iniciaremos, a seguir, as análises sobre essa coluna.

5.1 Princípio da interação

Ao analisarmos o texto “Meteram a mão na opinião do povo”, consideramos a conjuntura social em que esse texto estava inserido. Dentro dessa perspectiva, como fora dito, observamos que a revista *carta capital*, e, conseqüentemente, o colunista Marcos Coimbra, estão envolvidos numa comunicação que é administrada por um determinado grupo político, uma vez que não temos comunicação neutra e por trás desses discursos, permeia na verdade, a voz de quem partilha das mesmas ideias divulgadas por esse veículo de comunicação. Com isso, percebemos que a revista e o grupo que a administra, cria um ambiente de comunicação propício, para que a fala do sujeito enunciador seja dotada de estratégias enunciativas, as quais permitem que o EUE seja como um porta voz do povo. Nesse sentido, percebemos que o colunista utiliza o *princípio da interação*, na medida em que, ele procura estabelecer uma interatividade com o seu interlocutor, com o intuito de garantir que este seja levado a consumir o seu discurso, dotado de intenções. Nesse caso, fica evidente que o EUE presume que o TUI partilhe das suas ideias, tendo o propósito de assegurar que as suas intenções sejam alcançadas. Um exemplo dessa interação está retratada no trecho a seguir:

Entre os despropósitos dos tempos que vivemos, um dos piores é o que as elites fazem com a opinião das pessoas comuns: a usurpam. Elas e seus representantes sabem o que quer a maioria da sociedade, mas o ignoram, substituindo-o pelo que desejariam que fosse...

Nesse excerto, o EUE argumenta sobre as elites que procuram distorcer a opinião pública, substituindo-a por outra de seu interesse. Dessa forma, ao criticar a atitude das elites e de seus representantes, o colunista faz ressoar a “voz das ruas”, um discurso frequente na sociedade brasileira referente à falta de consideração da opinião pública e à imposição de ideias e ações que contrariam os desejos da maioria da sociedade. Assim, o EUE formula o seu discurso pressupondo que são esses os interesses dos leitores da revista, isto é, da sociedade brasileira, havendo assim uma interatividade, envolvendo os participantes do ato de comunicação. Isso fica claro, pois na passagem do texto o sujeito enunciador se vale de palavras que o povo gostaria de ouvir para se sentir representado. Assim, ele diz que a opinião do povo não está sendo respeitada, devido à conjuntura social em que estamos inseridos, além de tentar representar a “voz do povo” no momento em que se mostra revoltado ao dizer que a opinião está sendo “usurpada” e

substituída por aquilo que eles queriam que o fosse. No excerto a seguir, a referência à opinião pública é retomada:

Todas as pesquisas mostram, no entanto, que a suposição da ministra é falsa. Que chega perto de 80% a proporção de pessoas que é favorável a que esse mostrengo autoritário seja removido de nossa legislação.

Esse outro trecho trata do fato da atual presidente do Supremo Tribunal Federal (STF), ministra Cármen Lúcia, ter recusado a revisão do início da execução penal, após condenação em segunda instância, isto é, quando o réu ainda não foi condenado definitivamente. Segundo a ministra, tal decisão é coerente com a opinião pública. Entretanto, conforme explicita o colunista no excerto, tal suposição não procede, pois pesquisas apontam que aproximadamente 80% dos brasileiros são contra a prisão em segunda instância. Dessa forma, o EUE cita uma pesquisa no texto, mas não diz a fonte dessa pesquisa, pressupondo, então, que a opinião da grande maioria da sociedade brasileira sobre o caso seja igual a dele. Nesse sentido, o colunista tem o intuito de construir uma proposta de interatividade, pois visa produzir adesões do TUi sobre a sua opinião.

Essa interação entre os parceiros também pode ser explicada pela dissimetria, pois, ao TUD se sentir motivado a consumir o discurso do EUE sobre como a opinião pública é distorcida pela elite, notamos que esse sentimento de pertença é suscitado por meio de vários mecanismos, tais como observações sobre acontecimentos atuais que fazem parte do cotidiano das pessoas, sintonia com a opinião pública e etc. Nesse caso, sempre temos que ter em mente a relação dissimétrica, na qual evidenciam-se dois tipos de comportamentos: a produção do discurso e a forma como esse discurso é recebido, isto é, como ele é interpretado. Dessa maneira, a relação é interativa e dissimétrica, uma vez que há o reconhecimento recíproco dos papéis que os sujeitos representam na troca linguageira, já que, os parceiros partilham dos mesmos objetivos na troca linguageira, pois dividem o anseio da “opinião do povo” ser considerada da maneira correta, logo, o EUE influencia o TUD a aderir o seu discurso e conseqüentemente faz com que haja um reconhecimento entre eles na troca linguageira.

5.2 Princípio da pertinência

Conforme já explicitamos, a causa da produção desse texto foi o fato da ministra Carmen Lúcia ter se recusado a revisar um texto que determina a prisão de um réu logo após ser condenado em segunda instância, sob alegação de que esta é a vontade do povo. Por conta dessa recusa, o ex-presidente Lula foi preso, após ter sido condenado em segunda instância pelos três desembargadores da oitava turma do TRF-4.

Ao trazer à tona um assunto que está presente no cotidiano das pessoas (a prisão do ex-presidente Lula), o EUE utiliza o *princípio da pertinência*. Esse princípio consiste na abordagem de assuntos de relevância social e de circulação atual. Nesse sentido, podemos considerar que o texto “Meteram a mão na opinião do povo” se insere nesse princípio, pois ao argumentar sobre o fato da população não ter sua opinião preservada de maneira autêntica, o EUE supõe que o TUI se sentirá atraído pelo seu discurso (seja por adesão ou por aversão).

Dessa forma, o EUE, enquanto ser de fala, enuncia com o intuito de atingir o TUD, isto é, o leitor presumido, a partir de conhecimentos partilhados pelos parceiros da troca linguageira de maneira recíproca, favorecendo, portanto, o surgimento de uma intercompreensão.

Outro fator que justifica a presença desse princípio no texto reside no fato de se tratar de um assunto “interessante” para o público na conjuntura atual, tendo em vista que, de acordo com uma pesquisa do Datafolha divulgada pelo jornal Folha de São Paulo em 31 de janeiro de 2018, o petista estava a frente dos outros candidatos em todos os cenários em que seu nome aparecia, com até 37% das intenções de voto. Dessa forma, munido dessas informações, o EUE constrói o seu discurso de maneira que se justifica o princípio da pertinência.

5.3 Princípio da influência

Nesse mesmo artigo: “Meteram a mão na opinião do povo”, quando o colunista Marcos Coimbra cita uma pesquisa no texto, mas não diz a fonte dessa pesquisa, ele pressupõe que a opinião da grande maioria da sociedade brasileira sobre o caso seja igual à dele. Nesse sentido, o colunista tem o intuito de influenciar o TUD, orientando os seus pensamentos para aderir à opinião dele, ao retratar: “De acordo com pesquisas, 80% dos brasileiros são contra a prisão em segunda instância.”, julga os culpados:

A turma de Temer, seus correligionários no Congresso, os jornalistas da mídia monopolista, a banda partidarizada do Judiciário, os ricos em geral, todos gostam de fingir que atendem aos anseios da população. Que fazem o que fazem em “resposta aos desejos da opinião pública”.

Ao apresentar o acontecimento como concluído, o autor descreve que é através dos conflitos políticos que mais ocorre a falsificação da opinião pública, divulgada pela elite e seus agentes. Logo, o EUE age sobre o TUD, orientando os seus pensamentos, buscando emocioná-lo, por evidenciar a relevância da “voz do povo”, fazendo com que o TUD sintam-se representado no discurso do EUE. Dessa forma, o sujeito enunciador consegue atingir seu interlocutor com o seu discurso, influenciando-o a receber seus propósitos comunicativos.

Nesse sentido, não é à toa que o Eue usa expressões como: “meter a mão” e “fingir”, pois essas expressões pretendem retratar a falsificação dada à opinião da população, ao mesmo tempo em que se aproximam do vocabulário popular, fazendo com que a opinião do povo seja vista de maneira correta. Assim, o sujeito enunciador produz um efeito de sentido em seu discurso que sensibiliza seu interlocutor, que se sente representado. Dessa forma, constitui-se no discurso do Eue o *princípio de influência*.

5.4 Princípio da regulação

O princípio de regulação, por sua vez, garante o envolvimento dos parceiros nos processos de reconhecimento do contrato de comunicação. Para tanto, o Eue aborda um assunto que traz a insatisfação da população. E ao mesmo tempo em que opina, denuncia culpados:

Engraçado é que quem mais gosta de se atribuir o papel de intérprete e porta-voz da sociedade são os que menos convivem com ela, menos a conhecem, e nenhum voto têm ou tiveram. O Judiciário, que até há algum tempo era um lugar onde pavoneamentos desse gênero eram inadmissíveis, passou a ser palco de desfiles diários dessa usurpação. Desde juízes locais, como Sergio Moro e seus imitadores, aos de Segunda Instância, a toda hora aparece um se oferecendo como oráculo dos anseios populares.

Também propõe a realização de trocas comunicativas quando abre espaço para opiniões:

Na cobertura diária da mídia de direita, nas manifestações de líderes políticos e empresariais conservadores, nas declarações e julgamentos dessa Justiça diminuída que alguns praticam, encenam uma pantomima: ao mesmo tempo que atribuem às pessoas opiniões que não possuem, pretendem falar em nome delas. De pouco adianta. Na hora de votar, elas votam em quem querem.

Portanto, de acordo com o excerto, verificamos que o Eue suscita no Tud um posicionamento, fazendo com que ocorra um equilíbrio que garanta a troca languageira, isto é, há espaço tanto para a opinião do sujeito enunciador, quanto para a do interlocutor. Nessa perspectiva, com o intuito de manter o equilíbrio nas relações de troca, para a garantia do princípio de regulação, o Eue age como um sujeito onisciente, expondo a sua opinião por meio de argumentos que a fortaleçam.

6 Considerações finais

Com o desenvolvimento deste artigo, apresentamos o estudo da Teoria Semiolinguística do francês Patrick Charaudeau, dando ênfase aos quatro princípios, que são denominados como: princípio da interação, princípio da pertinência, princípio da influência e o princípio da regulação. Para tanto, evidenciamos não só o estudo sobre os princípios, mas dos demais mecanismos que contribuem para a realização desses princípios na troca linguageira.

Assim, vimos que, o contrato comunicacional é estabelecido por um EUc – sujeito comunicante e um EUe – sujeito enunciador, além do TUi – sujeito interpretante e TUd – sujeito destinatário. Esses parceiros constroem seus discursos e atribuem sentidos a eles, por meio das relações estabelecidas entre os sujeitos no quadro do contrato de comunicação, considerando a conjuntura social, suas intenções, e, principalmente, o público, isto é, para quem esses discursos são destinados. Nesse quadro, ocorre uma relação contratual entre os parceiros, fazendo com que eles se reconheçam considerando os seus estatutos, para que as suas expectativas sejam superadas na troca linguageira. Nessa perspectiva, devemos levar em conta três componentes no processo de interpretação dos discursos, que são intitulados como: comunicacional, psicossocial e intencional, pois eles contribuem para a construção dos sentidos nos discursos.

Diante dessas reflexões, ao analisarmos o texto: “Meteram a mão na opinião do povo”, do colunista Marcos Coimbra, constatamos que os princípios da comunicação são indissociáveis e juntos possibilitam as condições de comunicação, fazendo com que os sujeitos tenham suas identidades definidas e consolidadas na situação de troca linguageira em que se encontram, além de colaborarem para a construção dos sentidos nos discursos, contemplando as intenções do sujeito enunciador.

Referências bibliográficas

ALTHUSSER, Louis. 1970. *Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado*. Editora Martins Fontes.

BENVENISTE, Émile. 1995. *Problemas de linguística geral I*. Tradução: Maria da Glória Novak e Luiza Neri; revisão técnica da tradução: Isaac Nicolau Salum. São Paulo: Pontes.

CHARAUDEAU, Patrick. 1995. *Une analyse sémiolinguistique du discours*. In: *Revue Langages*. nº 117, Paris: Larousse, Mars.

_____, Patrick. Uma Teoria dos Sujeitos da Linguagem. In: MARI, Hugo; MACHADO, Ida; MELLO, Renato de (orgs.). 2001. *Análise do Discurso: Fundamentos e Práticas*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, p. 23-38.

_____, Patrick. *Discurso das mídias*. 2010. São Paulo: Contexto.

_____, Patrick. *Linguagem e discurso*. 2016. São Paulo: Contexto.

COIMBRA, Marcos. *Meteram a mão na opinião do povo*. Disponível em:
<https://www.cartacapital.com.br/revista/996/metem-a-mao-na-opinio-do-povo>. Acesso em 16 de maio de 2018.

Mídia Kit Revista Carta Capital. Disponível em:
<https://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital/MIDIAKITCARTACAPITAL2015.pdf>. Acesso em 8 de maio de 2018.

MOURA, João Benvindo de. 2012. *Análise discursiva de editoriais do jornal Meio Norte, do estado do Piauí: a construção de imagens e as emoções suscetíveis através da argumentação*. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos). Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte – MG. Disponível em:
<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/LETR-974H6D>. Acesso em 16 de maio de 2018.

_____, João Benvindo de; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa. 2015. *Discurso, memória e inclusão social*. Recife: Pipa Comunicação.

_____, João Benvindo de; BATISTA JÚNIOR, José Ribamar Lopes; LOPES, Maraisa. 2017. *Sentidos em disputa: discursos em funcionamento*. Teresina: EDUFPI.