

Por uma análise discursiva da comunicação: a comunicação como antecipação de práticas de retomada e de transformação dos enunciados

Alice Krieg-Planque

Université Paris-Est Créteil (UPEC) / Céditec (EA 3119)
krieg-planque@u-pec.fr

Original francês publicado em Burger Marcel, Jérôme Jacquin et Raphaël Micheli (éds), *Les médias et le politique*, 2010. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias » - Lausanne, 1-4 septembre 2009, Lausanne : Centre de linguistique et des sciences du langage. [En ligne : <http://www.unil.ch/clsl/page81503.html>]. ISBN : 978-2-9700730-2-4

Tradução: Luciana Salazar Salgado (DL-UFSCar/ FEsTA/Unicamp)

revisão técnica: José de Souza Muniz Jr. (GCT-ECA-USP)

Resumo: Este texto adota um ponto de vista deliberadamente centrado no discurso. Assumindo essa postura, propõe-se mostrar que a comunicação pode ser apreendida como um conjunto de saberes e habilidades relativos à antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação dos enunciados e de seus conteúdos. Essa definição apóia-se tanto em bases linguísticas e discursivas (destacabilidade dos enunciados...) quanto em fundamentos sociológicos e etnográficos (rotinas de trabalho...). Explicitadas essa definição e suas bases, identificam-se certos lugares de elaboração dos discursos de comunicação (gabinetes de lobistas...). A seguir, põem-se em evidência os quadros que restringem ou favorecem essas práticas discursivas, quer se trate de quadros políticos e ideológicos (dispositivos que recorrem a indicadores de *performance*), quer se trate de quadros semióticos (fragmentação do espaço textual...). Para encerrar, são mencionados alguns exemplos que ilustram a definição de comunicação proposta: fórmulas, textos-chave, *slogans*, pequenas frases (citações, máximas, aforismos etc.), *press releases*, argumentos de venda...

Palavras-chave: comunicação, reformulação, circulação, fórmulas, *slogans*

1. Proposta: uma definição da comunicação

Em trabalhos anteriores, pudemos definir a comunicação como “um conjunto de saberes e habilidades relativos à antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação de enunciados e de seus conteúdos” (Krieg-Planque 2006a: 34 e 2009a: 12). Uma proposta como essa consiste, claro está, em privilegiar um ponto de vista discursivo da comunicação: consideramos que a análise do discurso figura entre as abordagens disciplinares centrais para o estudo dos fatos de comunicação. A ótica adotada é, digamos, deliberadamente centrada no discurso. Mais além, essa definição supõe uma certa concepção de discurso, segundo a qual os

discursos são práticas que formam ao mesmo tempo o instrumento e o lugar de divisões e junções que fundam o espaço público. Essa concepção se opõe a uma abordagem transparentista e objetivista da linguagem, tal como se pode observar em certas pesquisas em ciências humanas e sociais para as quais o discurso funciona como “modo de acesso” a “imagens” ou a “representações” ou, ainda, como um “reflexo”, um “testemunho” ou um “resultado” de práticas sociais, sendo a análise do discurso considerada, então, como um “caixa de ferramentas” ou um conjunto de “métodos” que permitem “revelar” ou “desvelar” realidades extradiscursivas (sobre esses antagonismos, ver Krieg-Planque 2006a e Oger 2007). A concepção de discurso privilegiada aqui (em outra ocasião, pudemos mostrar como ela nos autoriza um certo “modo de fazer” em análise do discurso, cf. Krieg-Planque 2007), pretende apreender as práticas dos atores políticos e sociais através das diferentes formas de cristalização que seus discursos modelam e põem em circulação.

Evidentemente nossa proposta tem limites. De um lado, a comunicação de que se trata aqui é a das instituições e das organizações (partidos políticos, instituições públicas, associações, sindicatos, etc., mas também, eventualmente, empresas públicas e privadas), e não a comunicação interpessoal, por exemplo. Trata-se, portanto, de apreender a comunicação na sua dimensão institucional e organizacional, e não na sua dimensão interindividual. De outro lado, a definição de comunicação apresentada aqui não pretende dar conta de todos os fatos de comunicação institucional e organizacional. Nesse sentido, não pretende substituir abordagens sociológicas, em particular as perspectivas de uma sociologia do trabalho, de uma cartografia dos atores ou, ainda, de uma análise dos funcionamentos institucionais. Em contrapartida, assume um ponto de vista centrado no discurso, que lhe dá suporte na medida em que ambiciona apreender a comunicação como conjunto de práticas relativas à produção de enunciados dos quais elas próprias são, ao mesmo tempo, antecipações de formas e modalidades de circulação.

2. Bases linguísticas e sociológicas: destacabilidade dos enunciados e rotinas de trabalho

A definição que propomos não avança sem apoio: ela está estribada em dois desenvolvimentos disciplinares diferentes, cuja complementaridade foi apontada em Krieg-Planque 2007 e 2008. De um lado, são convocadas bases linguísticas e discursivas, através das quais são postas à luz a capacidade dos enunciados de ser destacados e entrar em circulação em novas arenas. De outro lado, sublinham-se as ancoragens sociológicas e etnográficas que põem em evidência as rotinas de trabalho, os saberes e as habilidades práticas que guiam as atividades profissionais.

2.1. Ancoragens linguísticas e discursivas

Diferentes elementos são suscetíveis de favorecer o caráter destacável e circulante dos enunciados. Mesmo que os elementos variem em função da natureza dos enunciados considerados, é possível identificar tipos de características mais favoráveis. Alguns enunciados retomáveis são favorecidos por seu caráter cristalizado: a cristalização, a colocação e, mais globalmente, os fenômenos de co-ocorrência renovada, que levam o enunciado a se apresentar em bloco, permitindo-lhe uma encarnação material numa

sequência verbal relativamente estável, portanto reiterável. Em outros casos (e sem que um tipo de característica exclua outros), são figuras de discurso que se apoiam sobretudo em fenômenos semânticos: metáfora, metonímia, alegoria, sinédoque e outras imagens e tropos que também são fatores favoráveis à notabilidade e a retomabilidade dos enunciados. Em outros casos, as figuras de discurso se apoiam sobretudo em propriedades formais: inversão, quiasma, paralelismo, paranomásia, repetição, simetria, isócolo, homeoteleuto, antimetátese e outros fenômenos prosódicos e rítmicos. Aqui, contentamo-nos em lembrar muito sumariamente mecanismos bem conhecidos da retórica: as figuras de discurso são, de fato, inseparáveis do que a retórica clássica chama de *memoria*, cujo interesse consiste no que é feito, no discurso, para ele ser memorizado e eventualmente retomado. Os enunciados de alcance referencial universalista e generalizante são também favorecidos. No plano frástico, os aforismos, os enunciados axiomáticos e parêmicos, os provérbios, sentenças e máximas encarnam particularmente bem essa vocação de dizer o geral. Em todo caso, tomaremos a liberdade de nos ater a esta brevíssima alusão a um domínio de estudos tão rico. No plano lexical, a dimensão dóxica se manifesta mais fortemente naquilo que Michel Pêcheux e Paul Henry analisaram como pré-construído, entendido como “traços, no discurso, de elementos discursivos anteriores, de cujo enunciador nos esquecemos” (Pêcheux [1975] 1990: 43). Os trabalhos sobre *slogan* publicitário, mencionados mais adiante neste artigo, dão um bom panorama das diversas dimensões que favorecem a retomada e a circulação. O que em nada surpreende: o *slogan* publicitário é, efetivamente, um caso típico de enunciado fabricado para ser retomado.

Além dessas características, cuja descrição recorre à retórica, à estilística, à linguística e à análise do discurso, duas noções conjuntas permitem apreender o quadro enunciativo de nossa proposta: *sobrasseveração* e *aforização*, no cruzamento da linguística da enunciação com a análise do discurso. Essas noções foram propostas por Dominique Maingueneau para pensar os fenômenos de destacamento enunciativo (2004a, 2004b, 2006a, 2006b), em articulação com as noções de *destacamento*, *destacabilidade*, *enunciado destacado*, *fragmento sobrasseverado*, *regimes de particitação* e *hiperenunciador*, relacionando as noções de *sobrasseveração* e de *aforização*. Maingueneau (2006b) vê a sobrasseveração como “a marcação, num texto, de um enunciado como destacado”, enquanto a aforização é “o regime enunciativo específico de um enunciado destacado”. Ele analisa diferentes manifestações em obras literárias, em correspondências, nos discursos filosóficos e na mídia contemporânea, nas quais, conforme enfatiza o autor, “os enunciados destacados proliferam”.

Não só Maingueneau, mas também outros autores ou iniciativas ajudam a pensar a dimensão enunciativa da circulação dos enunciados: trabalhos de Jacqueline Authier-Revuz (1995) sobre a heterogeneidade enunciativa em geral, assim como sobre os discursos relatados e a representação do discurso outro; números de revista, como o da *Langages* sobre “Apagamento enunciativo e discurso relatado” (Rabatel (dir.), 2004); redes de pesquisadores, como o Groupe Ci-dit (Groupe international et interdisciplinaire de recherche sur le discours rapporté), coordenado por Laurence Rosier, Sophie Marnette e Juan Manuel Lopez Muñoz (cf. <http://www.ulb.ac.be/philo/serlifra/ci-dit/index.html>); coletivos como o Centro de Pesquisa Fórmulas e estereótipos: teoria e análise, coordenado, no Brasil, por Sírio Possenti, da Unicamp (cf. <http://www.iel.unicamp.br/pesquisa/centros.php>)...

2.2. Ancoragens sociológicas e etnográficas

No que tange às ciências sociais, a sociologia, a etnometodologia e mais globalmente a observação etnográfica dos fatos sociais contribuem para a compreensão das práticas de retomada, de transformação e de reformulação dos enunciados.

Em consonância com os trabalhos iniciais de Alfred Schütz e Harold Garfinkel, os estudos fundadores de Gaye Tuchman (1978) e de Mark Fishman (1980), conduzidos nos Estados Unidos sobre o trabalho jornalístico, mostram a que ponto certas atividades profissionais são dominadas por rotinas e padrões que favorecem a destacabilidade dos enunciados. As noções de “rotina” (*routines*), de “rotina de trabalho” (*routine work methods*), de “conhecimentos habituais” (*habitual knowledge*) ou, ainda, “fundamentos burocráticos da exposição às notícias” (*bureaucratic foundations of news exposure*), apresentados por esses autores, nos autorizam a considerar as atividades profissionais do setor da informação e da comunicação como atividades discursivas que se configuram num conjunto de restrições e de recursos ligados à disponibilidade dos enunciados (para um comentário mais detalhado a esse respeito, ver Krieg-Planque, 2008).

No encontro da sociologia com as ciências da linguagem, numa perspectiva que integra explicitamente a “parte languageira do trabalho”, para retomar a expressão de Josiane Boutet (2002), diferentes investigações da sociolinguística do trabalho, da análise das interações verbais em situação de trabalho, ou da sociologia das linguagens no trabalho também fazem parte das bases de nossa proposta. Trabalhos tão diversos como os do Réseau Langage & Travail (Borzeix e Fraenkel (dir.), 2001), de Isabelle Léglise (Léglise (dir.), 2004), de Josiane Boutet (2008) ou de Laurent Filliettaz (2008) permitem compreender as práticas profissionais – frise-se: entendidas as práticas profissionais como práticas de produção e de reprodução de discursos – não somente como atividades guiadas pelas economias do tempo e de escala, mas também como atividades coproduzidas, que se assentam em relações de interdependência, de cooperação e de ajuste mútuo, produzindo, assim, contextos favoráveis à circulação dos enunciados.

3. Lugares de elaboração dos discursos de comunicação

Propomos, agora, delimitar os lugares e os atores que participam na elaboração dos discursos de comunicação: para além dos serviços de comunicação propriamente ditos, interessa-nos o conjunto de atores que, sem necessariamente estarem formalmente investidos de uma função “comunicação”, participam de alguma tarefa de comunicação tal como a definimos. No entanto, nosso propósito não é de nenhum modo o do sociólogo, e não se trata de propor uma “entrada pelos atores” ou de praticar uma sociologia do trabalho. Se nossa reflexão leva em conta certos aspectos da identidade social, é centrada nos discursos como práticas sociais, cujas análises, nessa condição, devem fornecer chaves de compreensão.

Do ponto de vista da análise do discurso, a noção de interdiscurso dá uma resposta ao mesmo tempo suficientemente geral e suficientemente estruturante à questão da

identidade dos produtores de discurso de comunicação. De fato, se procuramos identificar os atores que se dedicam a produzir enunciados retomáveis ou, dito de outro modo, a elaborar a destacabilidade dos enunciados, fica claro que esses atores ultrapassam em muito os “comunicadores” profissionalmente identificados (agentes de comunicação, assessores de imprensa...). Constata-se, ao contrário, que existe uma infinidade de serviços, de departamentos, de prestadores de serviços e mesmo de indivíduos encarregados, de modo mais ou menos formal, de modo mais ou menos profissional (poderíamos dizer amador ou leigo), de modo mais ou menos conscientizado e verbalizável, de uma atividade comunicacional, e que participam na elaboração da comunicação, no sentido que a ela damos aqui.

Além dos agentes de comunicação e dos assessores de imprensa, que é fácil etiquetar formalmente como comunicadores, diferentes grupos de atores (dos quais alguns já são objeto de pesquisa em sociologia e ou em ciência política) podem ser entendidos como partícipes das atividades de elaboração de discursos de comunicação. Podemos considerar, assim: os *ghostwriters*, os *speechwriters* e os redatores encarregados de preparar a “boa forma” das tomadas de palavra de homens e mulheres da política (Ollivier-Yaniv, 2003; Treille, 2007); os diretores de gabinete, que preparam fichas e discursos do estafe político e dos eleitos (Sawicki e Mathiot, 1999; Rouban, 2004); os encarregados de estudos nas agências de comunicação, que devem “orquestrar” e “cadenciar” os discursos das organizações que incumbem essas agências de tarefas de concepção-redação¹; os consultores em comunicação política, aos quais cabe uma atividade narrativa recentemente popularizada com o nome de “storytelling” (Salomon, 2008), assim como uma certa gestão do controle da palavra por meio, por exemplo, da prática da “voz em off” (Legrave, 1992); os lobistas e encarregados de negociações públicas, que, entre outras coisas, devem fornecer aos assessores parlamentares ingredientes discursivos suscetíveis de entrar na preparação e na redação de emendas, como foi o caso, na França, dos debates parlamentares sobre os OGM [organismos geneticamente modificados] ou sobre a lei de direitos autorais e internet (Lapousterle); os especialistas na “opinião de última hora”, que participam da comunicação tal como a entendemos aqui, conforme avaliam a maior ou menor retomabilidade dos enunciados em função de “sinais fracos” e sinais “de aceitabilidade social”, que eles creem perceber no quadro de sua análise da “opinião pública”... Este último exemplo chama a atenção para a importância das possibilidades técnicas (neste caso: tratamento automático das línguas naturais, extração de informações e pesquisa de dados, modelização de conhecimentos, cartografia e visualização de dados textuais...) postos a serviço de saberes operacionais em matéria de comunicação – voltaremos a isso mais adiante, ao evocarmos os quadros semióticos que favorecem a circulação dos enunciados.

Esses atores provêm de formações muito distintas, de especialidades profissionais diversas, e evoluem em culturas e meios diferentes. Isso nos leva a sugerir, assim como faz Caroline Ollivier-Yaniv por outras vias, que é preciso pensar esse grupo de atores (compreendidos aí atores vistos da perspectiva de suas efetivas atividades profissionais) como algo diferente de uma profissão específica (sobre isso, ver sobretudo Ollivier-Yaniv, 2008). A noção de interdiscurso parece ser uma chave de

¹Para retomar a expressão por meio da qual uma das principais agências do setor [na França] se apresenta: a equipe “concepção-redação orquestra e cadencia seus discursos” [*conception-rédaction orchestre et met en music vos discours*]. Agence Verbe, filial de Publicis Consultants, (cf. <http://www.verbe.fr/l-agence/organisation>, último acesso março/2009).

leitura eficaz para essa questão: ela permite compreender que os discursos de comunicação não se limitam à produção discursiva dos comunicadores. De fato, os comunicadores produzem discursos, mas eles são irrigados por outros discursos, que não são necessariamente produzidos por atores que uma tipologia profissional classificaria como comunicadores. É preciso reconhecer em Mikhail Bakhtin (através da ideia de que as palavras que usamos são habitadas pelas palavras dos outros²) e na noção de interdiscurso (entendido como conjunto de discursos com os quais um determinado discurso entra em relação explícita ou implícita) o que nos permite pensar uma atividade profissional como algo diferente de uma profissão específica.

Dois exemplos ilustram esse “dialogismo constitutivo” (de acordo com o quadro proposto por Authier-Revuz, 1982), segundo o qual as produções textuais são de certo modo elaboradas fora delas mesmas. Um artigo de lei é produzido pelo legislador (que não é habitualmente assimilado como um profissional de comunicação), entretanto, algumas das formulações da lei podem advir de alterações propostas por um lobista (Lapousterle, 2009). Ao contrário, um *release* (ordinariamente considerado um gênero de escrita típico de profissões da comunicação) pode conter formulações cuja escolha ultrapassa em muito seu redator; é o caso, por exemplo, quando uma fórmula do tipo “desenvolvimento sustentável”, que corresponde a orientações estratégicas de uma organização e a questões bem marcadas e anteriores ao serviço jornalístico, vem nutrir a escrita do assessor de imprensa³.

4. Quadros de restrições e fontes discursivas

Propomo-nos, nesta altura, delimitar os quadros de restrições e de fontes (sejam elas de natureza política, ideológica, institucional... ou de natureza técnica, material, semiótica...) que incidem sobre os discursos, no sentido de que tais quadros produzem canalizações e inflexões que determinam a circulação e a formatação dos enunciados.

4.1. Quadros políticos e ideológicos

No contexto imediatamente contemporâneo, os quadros políticos e ideológicos que produzem o que poderíamos chamar de “pressões sobre o discurso” devem ser pensados particularmente através de dispositivos que recorram aos indicadores de *performance* e à avaliação quantificada da ação, com base numa quantificação historicamente constituída como “convenção socialmente validada” e tornada “linguagem comum” dos atores sociais⁴.

No domínio da ação pública, na França, esses dispositivos são encarnados contundentemente pela LOLF (Lei orgânica relativa às leis de finanças) de 2001 e

²Entre muitos dos excertos célebres que ilustram ao mesmo tempo o pensamento e o estilo de Bakhtin, podemos citar este: “Como resultado do trabalho de todas essas forças estratificadoras, a língua não conserva mais formas e palavras neutras ‘que não pertencem a ninguém’; ela torna-se como que esparsa, penetrada de intenções, totalmente acentuada. Para a consciência que vive nela, a língua não é um sistema abstrato de formas normativas, mas uma opinião plurilingue concreta sobre o mundo” (tradução brasileira: M. Bakhtin, *Questões de Literatura e de Estética*, vários tradutores, 4 ed., São Paulo: Unesp/Hucitec, 1998, p.100).

³Sobre a redação de *press releases*, ver diferentes trabalhos citados no fim deste artigo. Sobre a fórmula “desenvolvimento sustentável”, ver Krieg-Planque 2010 [tradução a sair].

⁴Essas expressões são de Desrosières, 2008. Para uma perspectiva histórica, ver também Vatin (dir.), 2009.

pela RGPP (Revisão geral das políticas públicas) iniciada em 2007⁵. Em geral, ambas são comentadas (e criticadas) pela “gerencialização” da sociedade e a lógica gerencial que promovem, ao traduzirem uma política “gestionária” “(neo)gerencial” ou “(neo)liberal”. Assim está estigmatizada a injunção da passagem de uma “cultura dos meios” a uma “cultura dos resultados”, que se faz acompanhar de um certo número de palavras de ordem que testemunham um “novo gerenciamento público”, caracterizado por discursos que põem em relevo as ferramentas de gestão, a medição e o acompanhamento da *performance*, a avaliação de atividades, a administração de custos, os processos calcados na lógica de “metas e resultados” e as centrais de relacionamento com os usuários. Tais análises (e, em parte, tais críticas) nos parecem extremamente interessantes e bem fundamentadas. Todavia, do ponto de vista da análise do discurso, a LOLF e a RGPP são igualmente interessantes como dispositivos capazes de modificar a produção e a circulação de enunciados, favorecendo globalmente os enunciados retomáveis. De fato, se estão postas em cena missões, programas e ações que aparecem com uma certa etiqueta, isto é, com um certo nome (“Igualdade entre homens e mulheres”, “Ecologia e desenvolvimento sustentável”, “A nação e suas Forças Armadas”...), os atores conseguem localizar suas ações conforme as etiquetas assim instituídas, de modo que elas possam ser avaliadas (a ação que não se conecta a nenhuma etiqueta tende a não ser avaliada, portanto a não ser financiada e, então, a desaparecer). Do outro lado dessa cadeia de produção-recepção de enunciados e créditos (que têm uma espécie de destino conjunto), os chamados programadores de conteúdo pretendem, pelo menos em termos, identificar as ações suscetíveis de corresponder às etiquetas dos pacotes pelos quais são responsáveis. Cada um tem, então, interesse em promover e/ou recuperar expressões que se integram na grade de categorias denominativas postas em cena pela lei. Esses atores pretendem, com isso, criar ou dar relevo, em sua produção discursiva, e cada um segundo seu setor de atividade e seu campo de ação, expressões como “renovação urbana”, “inclusão social”, “gestão sustentável da pesca”, “democratização da cultura”, “acesso ao direito” ou “qualidade do sistema de saúde”. Assim, a LOLF (e mais amplamente os sistemas instaurados em nome da cultura de metas, visibilidade e legibilidade da ação) pode ser entendida como um dispositivo de produção e de irrigação discursiva: os créditos percorrem canais traçados pelas palavras-chave privilegiadas, e os atores dedicam-se a identificar esses canais e a promover, neles, a circulação de suas produções discursivas.

Para além da ação pública usualmente identificada como tal, e para além do caso francês, quadros de restrições e de fontes discursivas análogas surgem, parece, através de infranormas e infrarregras como as que caracterizam a “governança empresarial”, a “responsabilidade social da empresa”, a “corregulação” e diferentes instrumentos da “soft law”. De fato, esse conjunto de infranormas e infrarregras, do qual é preciso sublinhar a dimensão eminentemente discursiva e/ou simbólica (cartas e códigos de conduta, balanços e relatórios societários, instrumentos de certificação e selos, instrumentos de notação e avaliação...), irriga os discursos com palavras de ordem, *slogans*, fórmulas, enunciados remotáveis, como é o caso da LOLF e da RGPP em seus campos de aplicação.

⁵Sobre o contexto geral do caso francês, ver os capítulos “A fabricação de um ‘modelo gerencial de organização’: a mão visível dos altos funcionários” e “A virada Sarkozy: apropriação da virada neogerencial?” em Bezes, 2009.

4.2 Quadros semióticos

Interessam-nos aqui os dispositivos sociotécnicos, os suportes, os formatos e gêneros textuais, as técnicas de tratamento de dados etc., na medida em que constroem e tornam possíveis os discursos. Não é novidade dizer que todo gênero condiciona o que pode ser dito e o modo como pode ser dito: abordar amplamente a questão da “restrição de gênero” seria pretender uma síntese impossível dos tantos trabalhos consagrados ao assunto. Contentaremos-nos, então, em sublinhar dois aspectos da evolução dos quadros semióticos que nos parecem particularmente pertinentes para uma análise da comunicação como antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação dos enunciados. É importante registrar que esses dois aspectos lembram que existe uma historicidade dos suportes e dos dispositivos.

Um primeiro aspecto notável concerne ao modo como evoluiu o que se chamou até bem pouco tempo de “mass media” (ou “comunicação de massa”, ou “grande mídia”) – imprensa, rádio e televisão. Em uma “civilização do jornal” – para retomar uma expressão de um programa de pesquisa⁶ –, cuja importância jamais será suficientemente sublinhada na história política e cultural da Europa ao longo da segunda metade do século XIX e de todo o século XX, a semiótica da página do suporte periódico impresso (jornal cotidiano ou semanal) evoluiu constantemente na direção de um espaço cada vez mais fragmentado, rubricado, recortado, impondo formatos de artigos cada vez mais curtos e fartamente acompanhados de elementos paratextuais (ver, por exemplo, Mouillaud e Tétu, 1989 e Adam, 2000. Especificamente sobre manchetes, ver Hubé, 2008): manchetes, olhos, intertítulos, boxes, palavras-chave, citações, legendas... Uma tal fragmentação, que se faz acompanhar de níveis de leitura cada vez mais complexos, facilita a criação de enunciados destacáveis, no sentido de prever para eles um certo lugar, garantindo a um certo número deles chamada nos títulos ou nos múltiplos espaços que produzem uma composição de página parcelar, retalhada. Ela faz parte das evoluções que permitem compreender que a imprensa pode ser considerada, hoje mais do que nunca, “como uma máquina de recortar e fazer circular enunciados” (Maingueneau, 2006b). Para além da generalização desse procedimento, não se pode deixar de frisar, conforme o que nos interessa aqui, o surgimento, nos anos 2000, de rubricas que a imprensa destina exclusivamente aos enunciados destacados: rubricas como “Frases da semana”, “Frases”, “Pensamento do dia”, “Curtas”, “O que eles dizem”, “Os números do dia”, “Indicadores”, “Último segundo”... No que diz respeito à mídia audiovisual, certas evoluções também afetam os modos de produção e circulação dos discursos. Em particular, o surgimento da mediatização de certos espaços de fala que favorecem a produção de enunciados destacáveis, retomáveis, “mediatizáveis”. É o caso, por exemplo, das seções “Questões para o governo” na Assembleia Nacional da França, cuja retransmissão ao vivo e integral pela televisão, a partir de outubro de 1981, favorece a produção, por parte dos parlamentares, de “pequenas frases” e enunciados de impacto⁷ (cf. Caroline Facq-Mellet, 2005).

⁶Lançado em 2003 por iniciativa de pesquisadores franceses, o programa “A civilização do jornal” demonstra o lugar central do jornal no espaço público europeu no século XIX. Esse projeto deu origem a uma publicação coletiva enciclopédica: Kalifa, Régulier, Thérenty e Vaillant (dir.), 2010.

⁷N.T. As “Questions au gouvernement” são seções de debate parlamentar com pauta previamente estabelecida, que, além de televisionadas, são disponibilizadas para download no site da Assembleia Nacional 45 minutos depois de encerrados os trabalhos.

Um segundo aspecto notável do quadro semiótico que permite a circulação de enunciados concerne às técnicas e dispositivos eletrônicos ligados à internet, que organizam fortemente as injunções contemporâneas em termos de visibilidade e legibilidade. Atividades como “marketing viral”, “marketing relacional” e “buzz marketing”, e mais amplamente as práticas de uso estratégico – profissionais e amadoras – de blogs, fóruns, redes sociais etc., repousam sobre as possibilidades técnicas ligadas à internet, que essas atividades e práticas utilizam para fazer circular discursos. Por exemplo, a infiltração de fóruns e blogs por um relações-públicas sob pseudônimo permite valorizar um produto ou um serviço, pondo em circulação enunciados elaborados para serem retomados pelos públicos específicos desses fóruns e blogs. Trata-se, neste caso, de infiltrar lugares de produção e circulação de discursos, de “pôr em marcha” discursiva enunciados retomáveis. Convergindo com nossos propósitos, Valérie Jeanne-Perrier fala em escritas produzidas pelos sistemas de gestão de conteúdo (CSM, da sigla em inglês) como escritas “sob restrição” (2005) e de interfaces de autopublicação (blogs...) como “moldes de texto” (2006). Mais globalmente, os trabalhos sobre a escrita na tela e sobre a escrita em rede (Jeanneret e Tardy (dir.), 2007; Souchier, Jeanneret e Le Marc (dir.), 2003) põem em evidência as restrições que os dispositivos sociotécnicos exercem sobre as formas e os conteúdos das mensagens.

5. Conclusão

À guisa de conclusão, e para dar ao leitor uma ideia da diversidade de realizações suscetíveis de ser apreendidas à luz da definição de comunicação que propusemos, mencionamos alguns exemplos de “enunciados retomáveis” de diferentes níveis, bastante ilustrativos das práticas de comunicação, segundo nossa abordagem. Cada tipo de realização implica a mobilização de uma metodologia específica, e seu estudo só faz sentido de fato se houver análise precisa de um *corpus* de textos ou de enunciados documentados pelo conhecimento das práticas sociais que garantem sua produção. Muitos tipos de realização foram objeto de investigações mais ou menos aprofundadas: as fórmulas (Krieg-Planque, 2003 e 2009), os textos-chave (Krieg-Planque 2006b e a sair), as palavras de ordem (Krieg-Planque, 2010), as pequenas frases (Krieg-Planque, 2003: 133-142; Maingueneau, 2006b), os *slogans* políticos (Tournier, 1985) e os *slogans* publicitários (Grünig, 1990; Adam e Bonhomme, 2003; Bonhomme, 2008), os *press releases* (Jacobs, 1999; Lindholm, 2007; Pander-Maat, 2007; Sleurs e Jacobs, 2005; Sleurs, Jacob e Van Waes, 2003), os elementos de linguagem⁸ (Oger, 2003; Oger e Ollivier-Yaniv, 2006)... Outros tipos de realização, bastante diversos, poderiam ser objeto de pesquisas detalhadas; tanto realizações provenientes da mediatização do estafe político (fichas de preparação de entrevistas e de debates políticos televisionados), quanto da relação das instituições com seus porta-vozes e com seus rivais (argumentação de partidos políticos) e da difusão de mensagens de interesse geral (guias de discussão elaborados para prevenção de

⁸N.T. Como a expressão, não só em português, assume diferentes funções em diferentes campos de saber, registramos que, segundo Oger e Ollivier-Yaniv, “os *elementos de linguagem* são documentos que fornecem aos atores institucionais dados (vocabulário, indicadores, argumentos) a serem integrados nos discursos dirigidos a públicos externos” (tradução nossa, de passagem do artigo “Conjurer le désordre discursif. Les procédés de « lissage » dans la fabrication du discours institutionnel”, in *Mots – le langage du politique*, n. 81, disponível em <http://mots.revues.org>, último acesso fevereiro 2011).

condutas de risco)... Nossa proposta de apreender a comunicação como um conjunto de saberes e habilidades relativos à antecipação de práticas de retomada, de transformação e de reformulação de enunciados e de seus conteúdos permite, assim, jogar alguma luz sobre práticas sociais já estudadas, mas encoraja, como se vê, caminhos novos.

Referências (conforme original em francês)

ADAM, Jean-Michel (2000), « L'hyperstructure : un mode privilégié de présentation des événements scientifiques ? », *Les Carnets du Cediscor*, Paris, Presses de la Sorbonne Nouvelle, n°6, p. 133-150.

ADAM, Jean-Michel et Marc BONHOMME (2003 rééd.), *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Nathan, coll. Fac Linguistique. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009) Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds)

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline (1982), « Hétérogénéité montrée et hétérogénéité constitutive : éléments pour une approche de l'autre dans le discours », *DRLAV. Revue de linguistique*, Centre de recherche de l'Université Paris 8, n°26, p. 91-151.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline (1995), *Ces mots qui ne vont pas de soi. Boucles réflexives et non-coïncidences du dire*, Paris, Larousse, 2 tomes.

BAKHTINE, Mikhaïl ([1975] 1978), *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, coll. Tel.

BEZES, Philippe (2009), *Réinventer l'Etat. Les réformes de l'administration française (1962-2008)*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. Le Lien social.

BONHOMME, Marc (2008), « La syntaxe publicitaire : entre sciences du langage et sciences de la communication », dans Marcel BURGER (dir.), *L'analyse linguistique des discours médiatiques. Entre sciences du langage et sciences de la communication*, Québec, Université de Laval, Editions Nota Bene ; p. 209-229.

BORZEIX, Anni et Béatrice FRAENKEL (dir.) (2001), *Langage et travail. Communication, cognition, action*, Paris, CNRS Editions, coll. Communication.

BOUTET, Josiane (2002), « La part langagière du travail, bilan et perspectives », *Langage & Société*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, n°98, p. 17-42.

BOUTET, Josiane (2008), *La vie verbale au travail. Des manufactures aux centres d'appel*, Toulouse, Editions Octares, coll. Travail et activité humaine.

DESROSIERES, Alain (2008), *L'argument statistique. I. Gouverner par les nombres. II. Pour une sociologie historique de la quantification*, Paris, Les Presses de l'Ecole des Mines, coll. Sciences sociales, 2 tomes.

FACQ-MELLET, Caroline (2005), « Analyse discursive des questions au Gouvernement : places et rôles du groupe R.P.R. (1998-1999) ». Thèse de doctorat en sciences du langage, Université Paris 10 - Nanterre.

FILLIETTAZ, Laurent (2008), « Compétences professionnelles et compétences langagières en situation de risque. La régulation langagière d'un " événement " en milieu industriel », *Langage & Société*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, n°125, p. 11-34.

FISHMAN, Mark (1980), *Manufacturing the News*, Austin, University of Texas Press.

GRUNIG, Blanche-Noëlle (1990), *Les mots de la publicité : l'architecture du slogan*, Paris, Editions du CNRS.

HUBE, Nicolas (2008), *Décrocher la « Une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005)*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, coll. Sociologie politique européenne. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009) Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds) 12

JACOBS, Geert (1999), *Preformulating the News. An analysis of the metapragmatics of press releases*, John Benjamins Publishing, Pragmatics & Beyond New Series 60.

JEANNE-PERRIER, Valérie (2005), « L'écrit sous contrainte : les systèmes de management de contenu (CMS) », *Communication & Langages*, Paris, Nathan, n°146, p. 71-81.

JEANNE-PERRIER, Valérie (2006), « Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants ? », *Réseaux*, Paris, Hermès Science Publications, n°137, p. 97-131.

JEANNERET, Yves et Cécile TARDY (dir.) (2007), *L'écriture des médias informatisés. Espaces de pratiques*, Paris, Hermès Science Publications.

KALIFA, Dominique, Philippe REGNIER, Marie-Eve THERENTY et Alain VAILLANT (dir.) (2010), *La Civilisation du Journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIXe siècle*, Paris, Nouveau-Monde Editions.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2003), « *Purification ethnique* ». *Une formule et son histoire*, Paris, CNRS Editions, coll. Communication.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2006a), « " Formules " et " lieux discursifs " : propositions pour l'analyse du discours politique », *Semen. Revue de sémiolinguistique des textes et discours*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté, n°21, p. 19-47.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2006b), « L'intentionnalité de l'action mise en discours. Le caractère intentionnel des crimes de masse sur la scène médiatique », dans Marc LE PAPE, Johanna SIMEANT, Claudine VIDAL (dir.), *Crises extrêmes. Face aux massacres, aux guerres civiles et aux génocides*, Paris, Editions La Découverte, coll. Recherches ; p. 88-102.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2007), « Travailler les discours dans la pluridisciplinarité. Exemples d'une " manière de faire " en analyse du discours », dans Simone BONNAFOUS et Malika TEMMAR (dir.), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Paris, Ophrys, coll. Les chemins du discours ; p. 57-71.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2008), « La notion d' " observable en discours " . Jusqu'où aller avec les sciences du langage dans l'étude des pratiques d'écriture journalistique ? », dans Marcel BURGER (dir.), *L'analyse linguistique des discours médiatiques. Entre sciences du langage et sciences de la communication*, Québec, Université de Laval, Editions Nota Bene ; p. 59-81.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2009), *La notion de « formule » en analyse du discours. Cadre théorique et méthodologique*, Besançon, Presses Universitaires de Franche-Comté.

KRIEG-PLANQUE, Alice (2010), « Un lieu discursif : " Nous ne pouvons pas dire que nous ne savions pas " . Etude d'une mise en discours de la morale », *Mots. Les langages du politique*, Lyon, ENS Editions, n°92, p. 103-120.

KRIEG-PLANQUE, Alice (à paraître), « La formule " développement durable " : un opérateur de neutralisation de la conflictualité », *Langage & Société*, Paris, Editions de la Maison des Sciences de l'Homme. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009) Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds)

13

LAPOUSTERLE, Jean (2009), *L'influence des groupes de pression sur l'élaboration des normes. Illustration à partir du droit de la propriété littéraire et artistique*, Paris, Dalloz-Sirey, coll. Nouvelle bibliothèque des thèses.

LEGAVRE, Jean-Baptiste (1992), « " Off the record " , mode d'emploi d'un instrument de coordination », *Politix. Revue des sciences sociales du politique*, Paris, n°19, p. 135-157.

LEGLISE, Isabelle (dir.) (2004), *Pratiques, langues et discours dans le travail social. Ecrits formatés, oral débridé*, Paris, L'Harmattan, coll. Espaces discursifs.

LINDHOLM, Maria (2007), *La Commission européenne et ses pratiques communicatives. Etude des dimensions linguistiques et des enjeux politiques des communiqués de presse*, Linköping (Suède), Linköping University Press, Studies in Language and Culture, Faculty of Arts and Sciences.

MAINGUENEAU, Dominique (2004a), « Citation et surassertion », *Polifonia*, Cuiabá (Brésil), n°8, p. 1-22.

MAINGUENEAU, Dominique (2004b), « Hyperénonciateur et " participation " », *Langages*, Paris, Larousse, n°156, p. 111-127.

MAINGUENEAU, Dominique (2006a), « De la surassertion à l'aphorisation », dans

Juan Manuel LOPEZ-MUNOZ, Sophie MARNETTE et Laurence ROSIER (dir.), *Dans la jungle des discours : genres de discours et discours rapporté*, Actes du colloque Ci-Dit 2004, Presses de l'Université de Cadix, Cadix, p. 359-368.

MAINGUENEAU, Dominique (2006b), « Les énoncés détachés dans la presse écrite. De la surassertion à l'aphorisation », *TRANEL. Travaux Neuchâtelois de linguistique*, Neuchâtel, n°44, p. 107-120.

MOUILLAUD, Maurice et Jean-François TETU (1989), *Le journal quotidien*, Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

OGER, Claire (2003), « Communication et contrôle de la parole : de la clôture à la mise en scène de l'institution militaire », *Quaderni. La revue de la communication*, Paris, Editions Sapientia, n°52, p. 77-92.

OGER, Claire (2007), « Analyse du discours et sciences de l'information et de la communication : au-delà des corpus et des méthodes », dans Simone BONNAFOUS et Malika TEMMAR (dir.), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Paris, Ophrys, coll. Les chemins du discours ; p. 23-38.

OGER, Claire et Caroline OLLIVIER-YANIV (2006), « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de “ lissage ” dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, Lyon, ENS Editions, n°81, p. 63-77.

OLLIVIER-YANIV, Caroline (2003), « La fabrique du discours politique : les “ écrivains ”

des prises de parole publiques ministérielles », dans Simone BONNAFOUS, Pierre CHIRON, Dominique DUCARD, Carlos LEVY (dir.), *Discours et rhétorique politique*. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009) Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds) 14

Antiquité grecque et latine, Révolution française, monde contemporain, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. Res Publica ; p. 89-98.

OLLIVIER-YANIV, Caroline (2008), *La communication comme outil de gouvernement. Définition et enjeux de la politique du discours*, mémoire pour l'habilitation à diriger des recherches (HDR) en Sciences de l'information et de la communication, Université Paris 12 - Val-de-Marne.

PANDER MAAT, Henk (2007), « How promotional language in press releases is dealt with by journalists. Genre mixing or genre conflict ? », *Journal of Business Communication*, 44, p. 59-95.

PECHEUX, Michel ([1975] 1990), *Les vérités de La Palice. Linguistique, sémantique, philosophie*, Paris, Maspero. De larges extraits sont repris dans Pêcheux (1990), p. 175-244.

PECHEUX, Michel (1990), *L'inquiétude du discours. Textes de Michel Pêcheux choisis et présentés par Denise Maldidier*, Paris, Editions des Cendres.

RABATEL, Alain (dir.) (2004), « Effacement énonciatif et discours rapportés »,

Langages, Paris, Larousse, n°156.

ROUBAN, Luc (2004), « Les cabinets du gouvernement Jospin, 1997-2002 », *Revue administrative*, Paris, Presses Universitaires de France, n°339, p. 220-240.

SALMON, Christian (2008), *Storytelling, La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte.

SAWICKI, Frédéric et Pierre MATHIOT (1999), « Les membres des cabinets ministériels socialistes en France (1981-1993) : recrutement et reconversion. Première partie : caractéristiques sociales et filières de recrutement » ; et « Les membres des cabinets ministériels socialistes en France (1981-1993) : recrutement et reconversion. Seconde partie : stratégies de reconversion », *Revue française de science politique*, Paris, Editions de la FNSP, vol. 49, n°1, février 1999, p. 1-27 ; et vol. 49, n°2, avril 1999, p. 231-264.

SLEURS, Kim et Geert JACOBS (2005), « Beyond preformulation : an ethnographic perspective on press releases », *Journal of Pragmatics*, 37, p. 1251-1273.

SLEURS, Kim, Geert JACOBS et Luuk VAN WAES (2003), « Constructing press releases, constructing quotations : A case study », *Journal of Sociolinguistics*, 7, p. 192-212.

SOUCHIER, Emmanuël, Yves JEANNERET et Joëlle LE MAREC (dir.) (2003), *Lire, écrire, récrire. Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, Editions de la Bibliothèque publique d'information, coll. Etudes et recherche.

TOURNIER, Maurice (1985), « Texte “ propagandiste ” et cooccurrences ; hypothèses et méthodes pour l'étude de la sloganisation », *Mots. Mots, Ordinateurs, Textes, Sociétés*, Paris, Presses de la FNSP, n°11, p. 155-187. Actes du colloque « Le français parlé dans les médias : les médias et le politique » (Lausanne / 2009) Marcel Burger, Jérôme Jacquin, Raphaël Micheli (éds) 15

TREILLE, Eric (2007), « Ecrire par délégation. Pratiques d'écriture des assistants parlementaires de députés socialistes », *Mots. Les langages du politique*, Lyon, ENS Editions, n°85, p. 97-106.

TUCHMAN, Gaye (1978), *Making News. A Study in the Construction of Reality*, New York, The Free-Press.

VATIN, François (dir.) (2009), *Evaluer et valoriser. Une sociologie économique de la mesure*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, coll. Socio-logiques.