

# PROPOSIÇÕES PARA UM MÉTODO DE ANÁLISE DO DISCURSO TELEVISUAL<sup>1</sup>

Marlène Coulomb-Gully

**RESUMO:** Contrariamente a certas estruturas fechadas - em que o poema é o protótipo - o texto televisual não pode ser apreendido fora das condições de produção, de circulação e de recepção de mensagens que o constituem. Nesse sentido, parece apropriado um método de análise que englobe no seu princípio essas diferentes seções da atividade enunciativa; a superioridade da análise de discurso em relação à Análise de conteúdo é evidente sobre este ponto. A definição de corpus resultante.

Proponho-me a abordar as noções de método e de *corpus* relacionados a um campo mais restrito, a saber, o discurso da informação televisual<sup>2</sup>. O estudo do discurso midiático e, mais particularmente, o televisual, é investigado por pesquisadores de formações muito diferentes (sociologia, ciência política, linguística, história, etc.), ainda que mais frequentemente nas ciências sociais; o tipo de abordagem metodológica e a definição do *corpus* mais amplamente usada neste tipo de estudo são, em parte, dependentes da formação de pesquisadores e de métodos predominantes de sua disciplina de origem. Quanto a mim, que venho da análise literária, lançarei um olhar sobre estas questões que, provavelmente, será diferente daquele do historiador que se depara com estes mesmos questionamentos.

Gostaria de salientar, também, a juventude desse setor de estudos. Se os colegas que trabalham com o discurso escrito têm detrás deles uma tradição de pesquisa, muitas vezes milenar, aqueles que, como eu, interessam-se pelo discurso audiovisual se apoiam, no máximo, sobre algumas dezenas de anos de estudo. Dito isto, no decorrer desta exposição, vou abordar, de um ponto de vista necessariamente esquemático, às vezes elíptico, as questões de método e de *corpus* que nos são colocadas.

## TEORIAS CRÍTICAS E DISCURSO TELEVISUAL

Este preâmbulo histórico pode parecer redundante quando se tem a pretensão de ser breve; ele não é menos incontornável, menos preocupado com a erudição que vai permitir, por meio de suas abordagens críticas, identificar as especificidades do

---

<sup>1</sup> Este texto de Marlène Coulomb-Gully (Université de Toulouse II - Le Mirail) foi publicado originalmente em francês no número 70 da revista *Mots*, de 2002/3. A versão original pode ser encontrada em: <https://mots.revues.org/9683#tocto1n1>. Tradução de Lígia Mara Boin Menossi de Araújo, pós-doutoranda da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, e-mail: [ligiamenossi@gmail.com](mailto:ligiamenossi@gmail.com) e Marco Antonio Almeida Ruiz, doutorando do Programa de Pós-graduação em Linguística da UFSCar e da École des Hautes Études en Science Sociales. Tradução e revisão técnica de Luciana Carmona Garcia Manzano, docente permanente da graduação e da pós-graduação da Universidade de Franca.

<sup>2</sup> Este artigo reproduz a comunicação oral realizada durante a jornada de estudos da *Mots* dedicada à abordagem de *corpus* em análise do discurso (Montpellier, novembro de 2001). Agradeço a D. Maingueneau por sua leitura cuidadosa.

discurso televisual e, finalmente, os métodos que me parecem os mais apropriados a seu estudo.

### **Os anos 70 e o estruturalismo**

Os primeiros trabalhos críticos sobre a imagem animada foram aplicados ao cinema (André Bazin é uma das maiores referências neste domínio), mas me deterei um instante sobre os anos 60-70 e a abordagem semiótica da qual Christian Metz foi um representante famoso. Lembrando-nos do célebre artigo no qual, considerando seu objeto de modo totalmente autônomo, a crítica a ele se aplicava aos princípios de análise estritamente linguageiros<sup>3</sup>. É a grande época do estruturalismo em que o modelo linguístico é dominante, para não dizer totalitário. O princípio do estruturalismo é a imanência; o objeto é estudado "em si", independentemente de suas condições de produção, de recepção, etc.

Qual é o interesse de se colocar em perspectiva uma análise do discurso televisual?

Neste tipo de abordagem, a televisão é pouco interessante. De fato, se suas qualidades estéticas fazem que um filme possa ser apreendido como uma estrutura fechada, como um poema ou um romance, para a televisão o essencial não é evidentemente isso. De onde, sem dúvida, o fato de que, durante este período, a televisão não é ou não foi estudada totalmente, ou considerada como um subgênero comparado ao cinema, subgênero com características estritamente negativas: repetitividade, estereotipia, padronização etc. Na verdade, teremos que esperar o fim dos anos 70 e o início dos anos 80 para observar uma mudança de atitude frente à televisão.

### **Os anos 80 e a pragmática**

Observa-se, nesta época, uma mudança de paradigma sobre o plano da teoria crítica. De fato, somos cada vez mais conscientes dos limites do estruturalismo radical que evoquei anteriormente, e redescobrimos o interesse que une um texto a seu contexto, no entrecruzamento da produção com a recepção. É o período em que a linguística que sempre constituiu uma disciplina motriz sobre o plano teórico, descobre, com Austin, entre outros, a pragmática.

De modo ainda muito esquemático, pode-se dizer que a força da pragmática é de religar um texto a seu contexto, de considerar que todo enunciado deve estar ligado ao trabalho de enunciação fora do qual não é compreensível.

Vemos que a televisão ganhou, neste deslocamento de perspectiva, a especificidade da mídia residente, de fato, nas condições de produção, de circulação e de recepção de mensagens. Esta característica, impossível de se integrar em uma

---

<sup>3</sup> Em Metz, "Le cinema: langue ou langage?", Communications n° 4, 1964, p.52 - 90.

abordagem do tipo estrutural, encontra nas abordagens pragmáticas um quadro ideal. Ao mesmo tempo em que ela afirma sua especificidade em relação ao cinema, a televisão afirma-se como objeto de estudo integralmente<sup>4</sup>.

O que venho dizendo pressupõe que certos gêneros do discurso estão mais em sintonia com um método de análise que outros; ou, dito de outro modo, que certos métodos resultam mais produtivos diante de certos tipos de discurso que de outros. O estruturalismo era particularmente operatório frente a uma estrutura fechada como um poema, a pragmática é mais operatória frente as estruturas abertas, como o discurso televisual.

## **ABORDAGEM PRAGMÁTICA E ANÁLISE DO DISCURSO TELEVISUAL**

No início dos anos 80, a pesquisa sobre a televisão encontra um quadro de estudo apropriado ao mesmo tempo em que revela a especificidade da mídia cujas condições de produção, circulação e de recepção de mensagens são fundamentais.

O estudo da televisão requer, de início, uma abordagem de obediência pragmática, ou seja, que integre o discurso televisual nos seus co-textos e seu contexto de comunicação, não estando o contexto simplesmente colocado ao redor de um enunciado, mas como estrutura do enunciado.

### **O texto televisual no seu contexto de comunicação**

#### ***A montante: As condições de produção***

O discurso de informação televisiva que me interessa prioritariamente neste artigo é indissociável, primeiramente, das condições de produção; não me estenderei sobre este ponto, mas está claro que os grupos de comunicação, os profissionais da mídia e as equipes jornalísticas - se de fato, podemos globalizar a abordagem de todos estes grupos - constituem um primeiro elemento a ser leva em conta na estruturação do discurso da informação.

Por exemplo, as informações transmitidas na rede TF1<sup>5</sup> não devem estar em contradição com os interesses do grupo Bouygues<sup>6</sup>, como se tem visto na cobertura da guerra Irã/Iraque ou na ausência da cobertura da contestação de usuários doanel rodoviário da empresa TEO, de Lyon, na construção em que o grupo Bouygues-BTP estava envolvido<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> Ver *Hors cadre* nº7, 1989, "Théorie du cinema et crise de la théorie".

<sup>5</sup> N.T. Maior emissora privada francesa.

<sup>6</sup> N.T. Empresa francesa que atua nas áreas de telecomunicação, construção e comunicação. Maior acionista da emissora TF1.

<sup>7</sup> Existem muitos trabalhos, mais ou menos científicos, sobre este aspecto. Assim como um bom número de *Nouvel Observateur* de julho de 1999, que propõe um panorama exaustivo das relações entre capitães da indústria, grupos de comunicação e mídias. Ver também pelo canal único TF1, *TF1, Um pouvoir* de P. Péan et Ch. Nick, Paris, Fayard, 1995. Do lado dos jornalistas, ver S. Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, Liber Raison, Paris, 1997.

A jusante, coloca-se a questão da recepção e, mais especificamente, dos usos da televisão e da interpretação das mensagens:

No que concerne aos usos, não se compreende nada sobre as escolhas dos sujeitos destinatários de informações transmitidas no jornal das 20:00, por exemplo, se se abstrai o fato de que seu horário de difusão faz disso um espetáculo familiar<sup>8</sup>: sem informação chocante, uma organização que adota a lógica narrativa, que quer terminar com um sorriso, sobre informações "docilizadas".

É também esta lógica dos usos que condenou a difusão de filmes pornográficos pela rede Cinq<sup>9</sup> (a primeira versão do Cinq foi a de Berlusconi) nas noites de terça-feira: nesse dia, as crianças que não vão à escola na quarta-feira<sup>10</sup>, assistem televisão... Essa mesma lógica, por razões opostas, assegurou o sucesso do canal M6 no domingo à noite: como as crianças têm aula na segunda, vão dormir cedo na véspera...

No que concerne à interpretação, a programação funciona como proposição de sentido, ainda que o pertencimento social do telespectador seja fundamental na recepção e decodificação da mensagem. Assim, o programa *Questions à domicile* (apresentado no canal TF1 por Anne Sinclair e Pierr-Luc Séguillon e, em seguida, por Jean-Marie Colombani, nos anos 80) foi menos recebido como um programa político, tal como haviam concebido seus produtores, e mais como um programa "popular" que permitia invadir a intimidade das "celebridades políticas"; de onde, por outro lado, há um jogo da parte dos políticos com o princípio da emissão: recusam-se a ser filmados em suas próprias casas, mas aceitam aparecer em seus lugares de trabalho, etc. <sup>11</sup>.

### **O texto televisivo e seu co-texto de comunicação**

As informações televisivas e o discurso de informação, em geral, são um momento da programação televisual e suas características são moldadas em relação a outros gêneros televisivos como também em relação a outros discursos de informação (imprensa, sobretudo o rádio e atualidades cinematográficas).

O contrato baseado no discurso da informação está fundamentado sobre um *imperativo de credibilidade* que testemunha toda a cenografia do JT<sup>12</sup>: a obsessão referencial, o papel da transmissão ao vivo, a garantia do lugar e dos repórteres, enfim, um discurso que se organiza integralmente em torno de um imaginário de verdade (exaustividade, neutralidade, pluralidade dos pontos de vista, etc.).

Mas paralelamente a este imperativo de credibilidade na base do contrato de informação, o discurso de informação deve ser produzido segundo as regras discursivas próprias do meio televisivo, para não ser contrário ao *princípio de captação*

---

<sup>8</sup> Os anglo-saxões falam sobre isto "*less objectionable program*".

<sup>9</sup> N.T. Rede de televisão francesa.

<sup>10</sup> Até 2007, os alunos de escolas francesas não tinham aulas às quartas-feiras.

<sup>11</sup> Ver o artigo de B. Le Grignou e É. Neveu, "Émettre la réception, préméditation et réceptions de la politique télévisée", em *Réseaux*, Hors série, 1991, p.65 - 94.

<sup>12</sup> N.T. Jornal Televisivo

que fundamenta o discurso da TV em seu conjunto: de onde a presença de um apresentador astro/estrela e toda a encenação do contato ("olhos nos olhos" - eixo Y-Y<sup>13</sup> -, sobrecarga enunciativa, etc.) que funda o JT, a manobra da informação (o "ponto de vista" com um herói, a narração, "são histórias, meu bem<sup>14</sup>"), a dramaturgia do suspense, etc.<sup>15</sup>.

Moldado por seu contexto e seu co-texto de comunicação, o discurso televisual não pode ser apreendido fora destes elementos que o estruturam de um lado a outro. Neste ponto de vista, o contexto, aqui como alhures, não é simplesmente colocado em torno de um enunciado, mas ele é o primeiro no sentido do enunciado: só há discurso - midiático/televisual - contextualizado.

Uma vez ponderado o fato de que o discurso televisual, o discurso de informação televisiva é impensável fora destes elementos co-textuais e contextuais que o fundam e estruturam completamente, quais são as consequências metodológicas e em termos de *corpus* que ela implica?

## MÉTODOS - CORPUS

### Análise de discurso/ análise de conteúdo

Vimos as condições de produção do discurso televisual, as condições de circulação e de recepção que não são simples circunstâncias anexas ao discurso, elas exerceriam sobre ele pressões exteriores; além disso, elas são estruturantes, constitutivas destes discursos: elas o enformam, no sentido de "dar forma". Isso significa dizer que, metodologicamente, na análise que faço do discurso televisual, tenho que me esforçar para unir permanentemente estes planos diferentes de atividade enunciativa.

Esta postura consiste em considerar o trabalho de enunciação (produção e recepção) como constitutivo da produção enunciativa e recusar a separação enunciado/enunciação que foi formalizada naquilo que costumamos nomear análise de discurso (AD), por oposição à análise de conteúdo (AC).

Ocorre que a AC é muito praticada em informação-comunicação e, em particular, na análise de discursos televisuais, notadamente, no âmbito das ciências sociais. E, pelas razões que já citei acima, acredito que este método é menos

---

<sup>13</sup> N.T. Eixo Y - Y, na televisão, é a disposição vertical dos corpos dos sujeitos, de modo a permitir que se encarem no mesmo nível do olhar.

<sup>14</sup> No original, "des stories, coco". Segundo a autora do texto, trata-se de expressão comum, na França, em se tratando de produções midiáticas.

<sup>15</sup> Sobre os imperativos de credibilidade e de captação no princípio do discurso da informação, ver, de P. Charaudeau, *Le discours d'information médiatique*, INA-Nathan, 1997.

pertinente que o da AD, exceto, talvez, no caso dos estudos longitudinais - diacrônicos<sup>16</sup>.

Podemos definir a AC, retomando os termos de seu fundador, Bernard Berelson, como "uma técnica de pesquisa pela descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, com o objetivo de os interpretar<sup>17</sup>". A análise de discurso, no entanto, não abordará separadamente o que a AC chama "o conteúdo manifesto das comunicações" de um lado e a situação de comunicação de outro, mas se esforçará em associa-los intimamente. Na AD, "toda atividade enunciativa é reportada a um gênero de discurso: o lugar social de que emerge, o canal pelo qual ele passa (oral, escrito, televisivo...), o tipo de difusão que ele implica não são dissociáveis da forma como o texto se organiza"<sup>18</sup>.

O esforço é talvez temerário, mas gostaria de tentar - apoiando-me em um estudo sobre esta questão feito por P. Favre - recapitular as principais oposições que me parecem existir entre as duas abordagens e por acabar de mostrar por que a AD me parece melhor adaptada à análise do discurso televisivo que a AC<sup>19</sup>.

<i>Análise de conteúdo</i>	<i>Análise de discurso</i>
nascido das ciências sociais;	nascido da linguística (de uma ruptura interna à linguística/ Harris);
postula a transparência do discurso em relação ao real;	postula a opacidade de um discurso autônomo em relação ao real;
os critérios da análise são exógenos	critérios de análise endógenas,
ao discurso estudado: caracterização de mensagens a partir de critérios definidos <i>a priori</i> (método dedutivo);	nascidos da leitura do texto analisado - método indutivo - (mesmo se o saber acumulado permite, hoje, definir certos critérios de análise <i>a priori</i> );

<sup>16</sup> Sobre este postulado metodológico, ver também G. Lochard, J.-Cl. Soulages, *La communication télévisuelle*, A. Colin, 1997; F. Jost, *Introduction à l'analyse de la TV*, Ellipses, 1999.

<sup>17</sup> *Content analysis in communication research*, Glencoe Ill : Free Press, 1952, p. 18, retomada por M. Grawitz, *Méthode des sciences sociales*, Paris, Dalloz, 1972. Ver também, de Jean de Bonville, *L'analyse de contenu des médias*, de Boeck Université, 2000.

<sup>18</sup> D. Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, Dunod, 1998, p. 2.

<sup>19</sup> 11. P. Favre, « Analyse de contenu et analyse de discours - Sobre alguns critérios distintivos », in *Études offertes au Professeur É. de Lagrange*, Université de Clermont I, 1978.

supõe a atomização do discurso: os elementos do texto são distribuídos em categorias, trabalha-se sobre unidades isoladas (palavras...) ainda que existam, de tempos em tempos, <i>softwares</i> consideram a estrutura textual;	a estrutura global do texto é respeitada; a estrutura é considerada como primeira no sentido do texto;
abordagem quantitativa (contagem, noções de frequência, meio, desvio-padrão, etc.);	abordagem principalmente qualitativa;
postula-se a representativa estatística dos textos;	privilegiam-se as condições de produção, de circulação e de recepção dos discursos analisados;
as análises são de tipo estatístico e temático;	a análise privilegia a atividade enunciativa em relação a um lugar e a um gênero;
<i>corpus</i> : homogêneo e exaustivo;	homogeneidade e exaustividade não necessárias;
reprodutibilidade do método (porque os critérios de análise são exógenos aos discursos analisados).	não há reprodutibilidade sistemática do método, cada discurso engendra os critérios de sua análise, mesmo se o saber acumulado permite uma certa reprodutibilidade.

Estas oposições são evidentemente esquemáticas, uma vez que os dois paradigmas parecem cada vez menos estanques (a AC tenta levar em conta a questão da recepção e da produção de discursos que ela estuda, ainda que o faça de modo externo à análise propriamente dita, que continua a se desdobrar de modo autônomo) mas elas permitem, a meu ver, compreender melhor o interesse e a pertinência da AD em se tratando da abordagem do discurso televisual.

### **O método e suas consequências sobre a definição e a escolha do *corpus***

É concebível que, para a AC, o *corpus* deva ser homogêneo e exaustivo, ou então fundado sobre princípios de amostragem que satisfaçam às condições de representatividade, o princípio é que a parte supostamente reflete o todo.

A AD situa diferentemente a questão do *corpus*, a ênfase é colocada alhures. Nem a exaustividade nem a homogeneidade são, para ela, um objetivo; estes são, antes, momentos privilegiados, passagens específicas de um *corpus* que lhe interessa, linhas de ruptura em que se exprimem, na melhor das hipóteses, o lugar entre

enunciado e enunciação, a relação entre emissão, produção e recepção. Eu diria que a heterogeneidade, ou, em todo caso, a tensão o homogêneo e o heterogêneo, é o que funda o *corpus* em AD, cujo objetivo é colocar em evidência um sistema de diferenças - de "diferências<sup>20</sup>" - nas condições de produção, de circulação e de recepção de discursos.

Assim, por exemplo, no célebre estudo de Véron, em que ele analisa o funcionamento do dispositivo de enunciação próprio de informações televisivas<sup>21</sup>. Para isso, ele vai escolher momentos de articulação do discurso audiovisual onde se exprime mais claramente a estratégia de captação do telespectador pelo apresentador (ele o encara "olhos nos olhos" e guia seu olhar para outros lugares), que constitui, de fato, a especificidade do dispositivo de enunciação própria do JT.

Confrontada com esta mesma questão (caracterizar o dispositivo de enunciação do JT), a AC teria, talvez, analisado todos os JT, minuto por minuto, segundo por segundo, de acordo com um protocolo em que teriam sido considerados todos os gestos, todas as falas, todos os olhares das diferentes intervenções, etc.

Mas muito provavelmente, ela não se colocaria este tipo de questão, ela não abordaria este tipo de problemática. Penso, na verdade, que se elas podem se interessar pelo mesmo objeto de análise, a AC e a AD não se colocam as mesmas questões porque elas não têm a mesma visão.

Antes de concluir sobre as relações de imagens de discursos verbais que poderia ter desenvolvido mais, afirmo que, de fato, este não é o problema principal; na dupla áudio/visual tal qual ela se realiza no JT, o áudio se limita mais frequentemente ao verbal (ver o discursivo/domínio amplamente marcado), de onde não se exclui a dimensão vocal nem a corporal.

Quanto ao "visual", o domínio é evidentemente vasto e variável em função das emissões consideradas, cada uma determinando, em função da cenografia própria, os elementos pertinentes, seja no nível da imagem externa, com os imperativos fílmicos que são os seus (ângulos de foco, movimentos de câmera, etc.), seja no nível da imagem interna, do "mostrado", com os elementos que relevam do cinésico, do proxêmico, do figurativo, as duas dimensões da imagem (interna e externa) que estão em interação permanente. Mas aqui, como alhures, não se trata de fazer uma análise sistemática destes elementos, uma coleção exaustiva desses dados, mas de identificar momentos chave.

\*\*\*

Não basta lembrar a importância destes elementos co-textuais e contextuais, é necessário integra-los à problemática da pesquisa, isto é, anular a diferença

---

<sup>20</sup> N.T. No sentido de diferir.

<sup>21</sup> É. Véron, «Il est là, je le vois, il me parle », *Communications*, 38, 1983, p. 98-120.

enunciado/enunciação que coloquei acima para explicar as coisas; produção/emissão/recepção devem estar em conjunto na análise.

Este princípio, uma vez colocado, e uma vez afirmado o fato de que a AD me parece preferível para a análise dos discursos televisuais porque se adéqua ao seu objeto de estudo, é claro que sua grande fraqueza em relação a AC reside na reprodutibilidade falha do método. Contrariamente à AC, que se funda sobre operações perfeitamente rotinizadas (referenciação de unidades lexicais ou sintáticas, classificação, contagem, etc., e interpretação), a AD se funda sobre os elementos, em parte, intuitivos; fora dos princípios precedentemente enunciados, cada conjunto discursivo vai suscitar os elementos da sua própria análise (evocam-se os critérios de análise endógena em AD), cada problemática vai engrenhar as ferramentas específicas de sua exploração.

Tudo sempre está por se reinventar, sempre com o risco de não se encontrar nada, contrariamente, sem dúvida, ao que se produz em análise de conteúdo, uma vez que a máquina é lançada, ela termina sempre por produzir um resultado: há sempre coisas a contar (mais ou menos pertinentes, evidentemente) e sempre comentários a fazer a este propósito (mais ou menos pertinentes também). É, também, sem dúvida, esta facilidade inicial da AC que explica, em parte, seu sucesso. Em AD, no entanto, existe um real salto qualitativo entre os *princípios* que consistem em integrar os elementos contextuais e co-textuais próprios do discurso da TV e a *prática* de análise.

Pode-se concluir que a AD e AC trabalham sobre um mesmo objeto, abordados de duas formas diferentes. Contudo, mais frequentemente, me parece, elas não privilegiam os mesmos objetos de análise e, especialmente, elas não lhes colocam as mesmas questões. Evocamos, acima, o fato de que, para trabalhar sobre séries longas no tempo, notadamente, ou sobre dados descontínuos, a AC parece menos inadequada. Na medida em que a AD e a AC são, se se quer terminar de forma ecumênica, complementares.

**Recebido em: 28/11/2016. Aceito em: 12/01/2017**